ER HOSTELERIA

REVISTA PROFESIONAL DE EQUIPAMIENTO OPERADORES Y HOSTELERIA

Número 114
edición quincenal
segunda quincena febrero 1992
PRECIO 350 PESETAS
tirada: 12.000 ejemplares

edita PEVSA
Plaza Duque de Medinaceli, 5
Tel. (93) 318 02 36 / 318 16 82
Fax (93) 302 29 54
08002 BARCELONA

Las máquinas recreativas, en el ojo del huracán

ASEMAR plantea la inexistencia de rango legislativo de las «A» en el ámbito de la CNJ

La ausente consideración legislativa, primero, y la extraña expresión reglamentaria, en segundo lugar, de las máquinas recreativas tipo «A» es una de las asignaturas pendientes que la Asociación de Empresarios de Máquinas Recreativas del Ocio (ASEMAR) intenta superar guiándose por los textos normativos que desde 1977 supuestamente han intentado regular las máquinas adscritas a esta tipología. La situación adquiere un realce aún mayor, como consecuencia directa de la fuerte incidencia que la aplicación de la Disposición Transitoria Octava del Reglamento de 27 de abril de 1990 ha ocasionado en aquellas empresas especializadas en operar con máquinas recreativas (pin-balls o videojuegos, por ejemplo). Una circular emitida por ASEMAR el pasado mes de diciembre puede haber sido la causante de que la Brigada del Juego se haya abstenido de vigilar el cumplimiento de la citada disposición.

(Páginas 3 y 5)

ASEMAR entiende que el Real Decreto-Ley 16/77, de 25 de febrero, regulaba exclusivamente los juegos de suerte, envite o azar y apuestas

El dulce, inseparable de la Hostelería

Azúcar, chocolate, turrones, mazapanes, galletas y pasteles, forman parte de un buen postre

La dulcería y la hostelería son dos sectores inherentes, muy difíciles de separar, desde el mismo momento en que una buena comida siempre se termina con un delicioso postre.

(Cuadernillo central)

J&B y DYC, líderes del mercado del whisky

J&B y DYC consolidaron el ejercicio de 1991 como líderes del mercado español del whisky con una cuota de mercado conjunta que representa el 28 por ciento del total.

La cantidad total de litros consumidos alcanza la cifra de 65 millones.

(Página 7)

2.400 millones, pendientes del Parlamento vasco

El Parlamento vasco deberá aprobar una Ley Tributaria sobre el Juego donde se incluya la partida de 2.400 millones de pesetas que el Ejecutivo autónomo ha previsto como ingresos para 1992.

La Hacienda tributaria no descartaba la posibilidad de aplicar el recargo sobre máquinas recreativas y bingos con efecto retroactivo, según ha podido confirmar «ER» de fuentes de la Consejería de Hacienda y Finanzas.

(Página 7)

Euzkadi se subiría al carro de las autonomías que aplican un recargo sobre las máquinas

Sumario

6
Las ventas de las bebidas refrescantes pierden cuota

17
Un aviso de Hacienda suspende la prescripción

S.L., la gran mayoría

18
Anuncios clasificados (Sección gratuita)

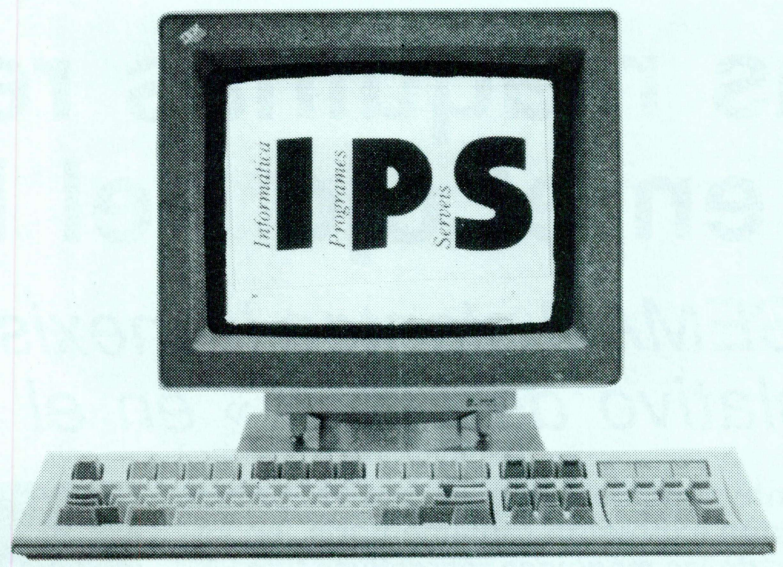
20
La placa «Tetris» consolida el nivel de recaudación

Informàtica Programes Serveis IPS

c/. Girona, 96, 2.º, 1.ª
08009 Barcelona
Tel.: (93) 459 17 88
Fax: (93) 258 86 71

CONTINUAMOS MEJORANDO LAS SOLUCIONES PARA EL CONTROL DE SU EMPRESA OPERADORA

- **PROGRAMA GENERAL DE CONTROL PARA EMPRESAS OPERADORAS.**
- **PERMITE CONTROLAR 99 EMPRESAS.**
- **ENLACE CON CONTABILIDAD.**
- **TERMINALES PORTATILES DE CAPTURA DE DATOS.**
- **CONSTANTE ACTUALIZACION SEGUN NECESIDADES DEL SECTOR**



CARACTERISTICAS PRINCIPALES

— **DIFERENTES MODELOS**, A, B, infantiles, billares, dardos, etc.

— Máquinas, placas y establecimientos con gran información y ficha sin límite de datos y comentarios.

— **INSTALACION** de MAQUINAS y PLACAS DE VIDEO JUEGOS.

— Entrada de **RECAUDACIONES** con análisis de contadores, sus diferencias, % de premio de la máquina. Acumula dicha información durante toda la vida de la máquina. Listar, consultar y modificar cualquier recaudación.

— Control de **CANTIDADES RETENIDAS SOBRE LA RECAUDACION**.

— Control de **AVERIAS** por máquinas, modelos, mecánicos, establecimientos.

— **GASTOS** por MAQUINAS, compras, tasas, licencias, etc.

— Gastos por ESTABLECIMIENTOS.

— ALBARANES de recaudación con establecimientos y máquinas a recaudar.

— **FACTURACION** de los establecimientos y la empresa operadora. Libro registro facturas recibidas y emitidas. Facturación superior a 500.000 pts.

— **DOCUMENTOS OFICIALES**, tasas, licencias, boletines instalación, etc.

— **RECAUDACIONES** por MODELOS con totales, medias, gráficas.

— Recaudaciones por MAQUINAS, entre fechas, diarios, semanales, mensuales, anuales, medias, máquinas rentables, gráficas, ordenados de mayor a menor recaudación, etc. Vencimientos boletines de instalación.

— Recaudaciones por PLACAS, medias, ordenadas, por establecimientos, etc.

— Recaudaciones por ESTABLECIMIENTOS, entre fechas, diarios, semanales, mensuales, anuales, de rentabilidad, gráficas, ordenados, etc.

— **DIFERENCIA DE CONTADORES** por máquinas, fechas, establecimientos, etc.

— **RESUMENES GENERALES** de ingresos y gastos por máquinas, establecimientos, de la explotación.

— AMORTIZACION de las máquinas.

— Control de las **RECAUDACIONES HISTORICAS** de máquinas, placas, bares.

— AGENDA EMPRESARIAL y **CONTROL GENERAL DE INGRESOS Y GASTOS** varios.

— Control de **STOCKS y ALMACEN**.

ASEMAR denuncia la ausencia de un marco legislativo en las «A»

Por encima de valoraciones sobre la necesidad o no de que el mejor espacio normativo para las máquinas de tipo «A» sea su inclusión en el Reglamento elaborado por la Comisión Nacional del Juego (CNJ) la denuncia auspiciada por ASEMAR puede cuando menos invitar a la reflexión del operador.

«Grosso modo» el argumento esbozado por ASEMAR sería que no es posible regular las máquinas tipo «A» si previamente no han sido sancionadas con la legitimidad de una Norma superior aprobada por el Parlamento.

En efecto, el Real Decreto-ley 16/77, de 25 de febrero, por el que se regulan los aspectos penales, administrativos y fiscales de los juegos de suerte, envite o azar y apuestas, es enjuiciado por ASEMAR como un elemento regulador todavía preconstitucional, que posteriormente no se ha visto secundado por una legislación marco.

ASEMAR entiende que el *Estado no ha cumplido la exi*gencia que se autoimponía de en el citado texto publicado en marzo de 1977 de *«llevar a cabo la regulación general de la materia»*.

No será hasta el 26 de diciembre de 1987 cuando Las Cortes apruebe la ley sancionadora de la Administración pública en materia de juegos de suerte, envite o azar, que como estipula se circunscribe exclusivamente a esos indicadores.

Pocos meses antes la Jefatura del Estado publicaba el Real Decreto-ley 2/87, de 3 de julio, de la potestad sancionadora de la Administración Pública en materia de juegos de suerte, envite o azar, también sin concretar el caso de las máquinas tipo «A».

No será hasta la aprobación del Real Decreto 377/87, de 3 de julio, cuando se delimite una clasificación donde se incluyan las máquinas de tipo «A» o recreativas, diferenciándolas de las «B» o recreativas con premio y las «C» o de azar, además de las exclusiones.

Crítica

La circular de la Comisión Nacional del Juego sobre el plan de actuaciones para erradicar las máquinas recreativas clandestinas de 13 de abril de 1988 refiere que la tramitación de expedientes en máquinas de tipo «A» se acoge a la Ley 34/84, una Norma de rango superior que no había hecho ninguna diferenciación en la tipología de las máquinas.

Muchos fueron los expedientes tramitados acogiéndose a esta Norma, circunstancia que ASEMAR valora como suficiente como «para acudir ante el juzgado de guardia y actuar por la vía del artículo 358 del Código Penal».

En la exposición de motivos del Reglamento de abril de 1990, que aprobaba el Ministerio del Interior en abril de 1990 se establece un tratamiento diferencial entre las máquinas con premio y sin.

Igualmente ASEMAR censura que en su artículo 63 referente a las infracciones en máquinas tipo «A» se llegue a mencionar que *«sin perjuicio de la inclusión a todos los efectos de las máquinas tipo «A» en este Reglamento, las infraccionesque con ellas se puedan cometer, salvo las referentes a su transformación fraudulenta en máquinas de otro tipo a su utilización como motivo o instrumento para la realización de apuestas o juegos de azar y al número máximo de máquinas por local, serán sancionadas* ***de acuerdo con criterios que tengan en cuenta la menor trascendencia social de aquéllas***». Esta asociación no entiende que se pueda hacer referencia a criterios.

Estos y otros elementos forman parte de las críticas manifestadas por esta asociación cuyo origen se remonta a varios años atrás como aglutinante de empresas fabricantes de máquinas tipo «A».

Esta misma agrupación elogia el hecho de que Navarra haya efectuado una clara separación, situando las máquinas «B» en la Ley del Juego y las de tipo «A» enmarcadas en la Ley de Espectáculos y Actividades Recreativas.

ASEMAR lamenta la ausencia de una circular explicativa a este respecto, lo cual denota la *«mala fe»*. En octubre sus representantes soicitaron a Santiago Mendioroz la permanencia de las tres máquinas en los establecimientos de hostelería, hecho que parecía casi conseguido.

Esta asociación desea que *«aquel segmento del recreativo que no se encuentre legislado, no pueda ser atacado con soporte legal»*. Al ser preguntados sobre la gestión de las asociaciones, ésta señala que *«el objetivo es no romper con la CNJ porque se encuentran implicadas bajo la consideración de las máquinas 'B'»*.

La asociación ASEMAR asegura reservarse la adopción de cualquier medida jurídica en este caso, aunque destaca que lo básico *«es actuar con prudencia. Pero nos vamos a defender»*.●

ILMO. SR.

DON , mayor de edad, Industrial, en nombre y representación de Recreativos S. L., Empresa Operadora de VIDEO JUEGO núm. ; ante V. I. comparezco, y, como mejor proceda en Derecho

D I G O:

PRIMERO.- Que, por medio de una nota informativa de la Asociación ASEMAR (Asociación del Sector de Máquinas "A" Recreativas del Ocio: Fabricantes, Operadores y Empresas Auxiliares), se nos dice que no existe una Ley de ámbito nacional que prohiba o que limite el número y emplazamiento de las MAQUINAS RECREATIVAS o Máquinas de Tipo "A".

SEGUNDO.- Que el Reglamento de 27 de Abril de 1990, en lo que prohiba o limite el libre desenvolvimiento del Sector Recreativo, esto es, de Máquinas de Tipo "A"., no le es de aplicación, por carecer de respaldo legal.

TERCERO.- Que cualquier actuación sancionadora, referida a las Máquinas de Tipo "A" o propiamente Recreativas, carecerá de respaldo legal; ya que el Real-Decreto-Ley 16/1977, de 25 de febrero, y la Ley 34/1987, de 26 de diciembre, en que se apoyan legalmente el Reglamento/ de 27 de abril de 1990 y las actuaciones sancionadoras de la Brigada del Juego, se refieren única y exclusivamente a los Juegos de SUERTE, ENVITE, AZAR y APUESTAS.

CUARTO.- Que tanto los fabricantes como los operadores del Sector/ Recreativos (Máquinas de Tipo "A"), como los dueños de los Bares y Cafeterías en que dichas máquinas están instaladas, debemos elevar el presente escrito a la Comisión Nacional del Juego, a la Brigada del Juego/ y al Gobierno Civil correspondiente, antes de sufrir los perjuicios limitadores y prohibitivos de un Reglamento (el de 27 de abril de 1990) que no nos es de aplicación; y antes de recurrir en Queja al Defensor del Pueblo, al Presidente del Gobierno y a su Majestad el Rey.

En Madrid, a treinta de diciembre de mil novecientos noventa y uno.

ILMO. SR. COMISARIO JEFE.
BRIGADA DEL JUEGO.- M A D R I D.

El 18 de febrero no se había constatado operativo alguno de la Brigada del Juego, quizás motivado por esta misiva que reproducimos

ER

Juzgar

No se trata de valorar si las máquinas <A> deben formar parte de una reglamentación que agrupe a todos los elementos del recreativo, puesto que ese es otro debate. En este caso la cuestión radica en opinar sobre unas razones objetivas que en cierta manera podrían confirmar si realmente las máquinas encuadradas en esa tipología actualmente se hallan reguladas sobre una base de Derecho.

Se trata de que cada empresa operadora que tiene como ámbito de actuación el territorio de la CNJ disponga de unos elementos de juicio respecto de esta cuestión y tome la posición que estime más conveniente.

La información se encuentra complementada con una importante cantidad de actas levantadas que, de ser ajustada la denuncia presentada por ASEMAR, llevaría a la propia Administración a la necesidad de desdecirse.

Cierto es que la Ley Sancionadora 34/87, de 26 de diciembre, simplemente regulaba los aspectos encuadrados bajo la denominación juegos de suerte, envite o azar. Llegados a este punto se observa la ausencia de las máquinas de tipo <A>. Descuido. Necesidad como causa directa de un previo abandono. Lo cierto es que una Administración autonómica trató de clarificar desde un primer momento lo que, a su juicio, constituía una máquina <B> dentro de la Ley del Juego y las máquinas recreativas agrupadas como tales en el seno de una Ley de Espectáculos y Actividades Recreativas: Navarra.

ER — Hostelería Informe quincenal

Edita: P.E.V.S.A.
Plaza Duque de Medinaceli, 5
Teléfonos (93) 318 16 82 - 318 02 86
Fax (93) 302 29 54
08002 Barcelona (España)

Depósito Legal: B-25259-87

Se solicitará control OJD

Fotocomposición, Montaje y Fotomecánica:
PEVSA - Telf. (93) 302 24 40
Fax (93) 302 29 54
Impresión:
AGPOGRAF, S.A.

Director en funciones:
Oscar Delgado
Redacción:
Edurne Romo
Fotografías:
Francisco Díaz Pagador
Publicidad y Relaciones Públicas:
Esteban Carranza Machado (Consejero)
Carme Garcia i Freixedas
Diseño y Maquetación:
Jordi Font y J.J. Martínez

Administración:
Antonio Tirabasso Valiño
Suscripciones:
Roger Mantolán i Soler
Consejo Asesor: Siro Bayón
Esteban Carranza
Fernando Martínez

Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación sin autorización previa por escrito de la Sociedad Editora. La opinión de ER queda reflejada en el Editorial, siendo responsabilidad de los colaboradores las opiniones que pueden vertir en sus artículos.

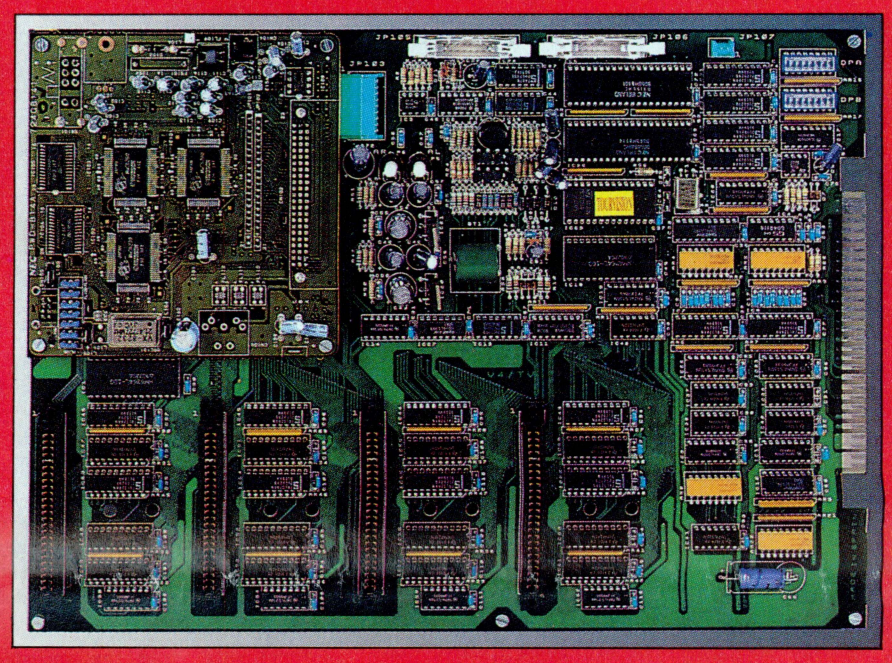
TOURVisión
VIDEO JUEGOS

Rentabilice su negocio

Mueble completo.
Tubo 25". Monitor Hantarex.
Fuente Hantarex. Selector electrónico

Equipada con CPU y 4 juegos a elegir
P.V. 245.000 pts.

CPU con 4 juegos intercambiables
adaptable a cualquier mueble
P.V. 45.000 pts.



Módulo juego
Más de 100 juegos en stock.
5 juegos nuevos cada mes.
P.V. 14.500 pts.

Display adaptable a cualquier mueble
(Opcional)
P.V. 10.000 pts.

Solicitamos distribuidores para diferentes provincias

FERSA
Fabricación Europea de Recreativos S. A.

c/. Petrarca, 13-15
08031 BARCELONA
Tel. (93) 420 86 04
Fax (93) 420 98 83

Distribuidores exclusivos:

ZONA CENTRO
c/. Virgen de Africa, 24. Local 5
T. (91) 326 67 77
Fx. (91) 326 67 17
28027 Madrid

ARAGON
COARESA, S.L.
c/. Ignacio de Ara, 3
T. (976) 49 83 41
Fax (976) 59 24 48
50002 Zaragoza

SEVILLA
ANGEMATIC, S.L.
c/. Juan Pablo, 6
T. (95) 462 81 61
41013 Sevilla

PAIS VASCO
OLAKOA, S.A.
c/. José Mª. Ugarteburu, 9
T. (94) 445 94 72
Fx. (94) 445 99 08
48007 Bilbao

Comunicado a fabricantes, operadoras y empresas auxiliares de tipo «A»

A continuación, es transcrito el texto completo remitido por ASEMAR a los distintos establecimientos de hostelería de autonomías encuadradas en el ámbito de actuación de la Comisión Nacional del Juego (CNJ).

Este comunicado junto con el remitido al Comisario Jefe de la Brigada del Juego, que es reproducido en la página 3, cimentan parte de la actuación realizada por ASEMAR en las última semanas a propósito de la situación creada por la aplicación de la Disposición Transitoria Octava del Reglamento de abril de 1991.

«ER» no entra a valorar, sino que simplemente expone unos hechos para que operadores y titulares de establecimientos de hostelería puedan extraer sus propias conclusiones y, en la medida de lo posible, abrir una posibilidad a la reflexión en torno a este tema.

ASEMAR (Asociación de Empresarios de Máquinas Recreativas del ocio, denominadas máquinas de tipo «A»), en atención a la confusión creada en el sector del recreativo propiamente dicho (operadores y titulares del ramo de bares y cafeterías) por el contenido de la Disposición Transitoria Octava del Reglamento aprobado por Real Decreto 592/1990, de 27 de abril, en relación con los artículos 33, 34 y 36 de dicho Reglamento, al determinar que el 1 de Enero de 1992, el número máximo de máquinas a explotar en bares o cafeterías será de *«dos máquinas recreativas de las incluidas en el Reglamento, sean éstas de tipo 'A' o 'B'»*, se ve en la obligación de informar a los empresarios del sector acerca de la gratuidad e ineficacia legal de dichos preceptos reglamentarios, por lo que se refiere a las máquinas de tipo «A», máquinas de naturaleza jurídica recreativa. De ahí que puntualicemos:

PRIMERO.- Salvo en la Comunidad Foral de Navarra, que en desarrollo de sus competencias legistalativas promulgo una Ley Foral referida al recreativo (regula conjuntamente Espectáculos y Actividades Recreativas) y un Reglamento para su aplicación, no existe hasta hoy una ley a nivel nacional, que regule el Juego en general, ni una ley que regule el recreativo en particular.

SEGUNDO.- El mencionado Reglamento de 27 de abril de 1990, aprobado por Real Decreto 593/1990, tiene como base y apoyatura legal el Real Decreto-Ley 16/1977, de 25 de febrero. (Así lo dice en su exposición de motivos).

TERCERO.- Dicho Real Decreto-Ley 16/1977, de 25 de febrero, lejos de ser una ley del Juego o una ley del Recreativo, era un precepto legal de *contenido limitado, del que, según su art. 5.º «se dará cuenta inmediata a* las Cortes Españolas».

CUARTO.- El mencionado Real Decreto-Ley 16/1977, regulaba exclusivamente los aspectos penales, administrativos y fiscales de los Juegos de Suerte, Envite o Azar y Apuestas. Ni menciona, ni regula en absoluto la actividad recreativa de las máquinas de tipo «A».

QUINTO.- La Ley 34/1987, de 26 de diciembre, de potestad sancionadora de la Administración Pública en materia de Juegos de Suerte, Envite o Azar, únicamente puede ser aplicada a los Juegos de Suerte, Envite y Azar, y nunca, como de hecho se ha venido haciendo, a las Actas y Expedientes Sancionadores tramitados por presuntas infracciones referidas a máquinas recreativas llamadas de tipo «A».

SEXTO.- La Administración no puede prohibir ni limitar, por vía de un Reglamento, ninguna actividad que no esté prohibida o limitada por Ley, salvo el caso de las Autonomías que tengan una Ley que regule expresamente el recreativo (máquinas de tipo «A») y un Reglamento para la aplicación de dicha ley.

SEPTIMO.- Cualquier actuación prohibitiva, limitadora o sancionadora en el campo del recreativo por parte de los órganos de la Administración o sus funcionarios, sin base legal (un Reglamento no es una Ley), tiene como salvaguarda la vigente Constitución y el Código Penal. El Real Decreto-Ley 2/1987, de 3 de Julio, sobre la potestad sancionadora de la Administración Pública en materia de Juegos de Suerte, Envite o Azar (que no recreativos), puntualiza y exige «soporte legal» (de ley, no de un Reglamento) para las sanciones administrativas. Dice textualmente: «La Sentencia del Tribunal Constitucional de 7 de abril de 1987 declaró no ajustadas a la Constitución aquellas sanciones administrativas que carecieren de soporte legal».

OCTAVO.- Dado que tanto el Real-Decreto-Ley 16/1977, como la Ley 34/1987 son disposiciones que contienen preceptos legales que regulan aspectos penales, administrativos y fiscales de los Juegos de Suerte, Envite y Azar, entre los que no se encuentran los juegos recreativos, carecen de base legal las limitaciones y prohibiciones que gratuitamente recoge el vigente Reglamento, aprobado por Real Decreto 593/1990, de 27 de abril.

Conclusiones

1ª.- La asociación «ASEMAR», en defensa de los intereses del sector del recreativo (máquinas de tipo «A»), amenazado y limitado por preceptos reglamentarios carentes de soporte legal, y en evitación de perjuicios irreparables, pone en conocimiento de los operadores de máquinas recreativas, llamadas de tipo «A», así como de los dueños de los establecimientos donde se encuentran instaladas que la retirada de las mismas no es procedente, cualquiera que sea su número, *mientras una Ley del Recreativo no lo establezca.*

2ª.- Que las Actas policiales que se puedan levantar a partir del 1 de enero de 1992 y las sanciones administrativas que se puedan imponer a las máquinas recreativas llamadas tipo «A», en base a la limitación reglamentaria de su número por establecimiento, serán recurridas administrativamente (por carecer de soporte legal), sin perjuicio de ejercitar las acciones penales contempladas en los artículos 358 y 377 del Código Penal.

3ª.- Que todos y cada uno de los fabricantes y operadores de máquinas tipo «A», así como los dueños de bares y cafeterías, en defensa de sus derechos, amenazados por una limitación reglamentaria, carente de soporte legal, pueden elevar el presente escrito, si lo estiman oportuno, firmado de su puño y letra, a la Comisión Nacional del Juego, Brigada del Juego y Gobierno Civil correspondiente, para su conocimiento y efectos que procedan.

Madrid, 12 de diciembre de 1991

Guinness toma el 30 % de la empresa Sical

La empresa británica Guinness ha comprado el 30 por ciento de la empresa cervecera canaria Sical.

La empresa Sical, que cuenta con marcas como *Tropical* y *HB*, sufrió una fuerte caída del 10 por ciento en las ventas de 1991.

La compra por 98.000 millones de pesetas de Cruzcampo, la OPA sobre Unión Cervecera con 5.300 millones de pesetas, y la compra del 30 por ciento de Sical han supuesto para la empresa británica el control de cerca del 30 por ciento del mercado español de cervezas.

La empresa canaria pierde un 10% en la cuota de mercado

Dos miembros de Guinness Brewing Worlwide, compañía cervecera del grupo Guinness, se incorporarán al Consejo de la empresa canaria. Colin Storm, consejero delegado de Guinness Brewing, y Wince Horne, director del grupo en Europa, han sido las personas elegidas para ocupar el cargo.

Sical tiene un capital de 1.105 millones de pesetas, unas reservas de 2.200 millones, y unas ventas de 5.000 millones.

La empresa canaria, que cuenta con 368 empleados, produjo en el pasado ejercicio de 1991, 34 millones de litros de cerveza, lo cual representa una cuota en el mercado nacional del 1,37 por ciento, y en el mercado canario del 30 por ciento.•

Nuevo director de Hoteles Canarios

El Grupo BRICOM, propietario de la cadena de Hoteles Canarios S.A. (HOCASA), ha comunicado el nombramiento de Andrea Pittaluga como director general y Consejero Delegado de HOCASA, en sustitución de Antonio Alvarez que ha dimitido de su cargo en la empresa.

Andrea Pittaluga, con 25 años de experiencia en la industria de la hostelería, ha dirigido compañías de hoteles de la máxima calificación en Europa, las Islas Vírgenes, y Nueva Zelanda.

Durante los últimos años, el nuevo director de HOCASA había desempeñado las funciones de consejero delegado de la División de Hoteles de la principal empresa urbanizadora de Australia.

Andrea Pittaluga sustituye a Antonio Alvarez en su cargo

El reto ahora se le plantea en el archipiélago canario.•

Zabalza advierte sobre recargos autonómicos

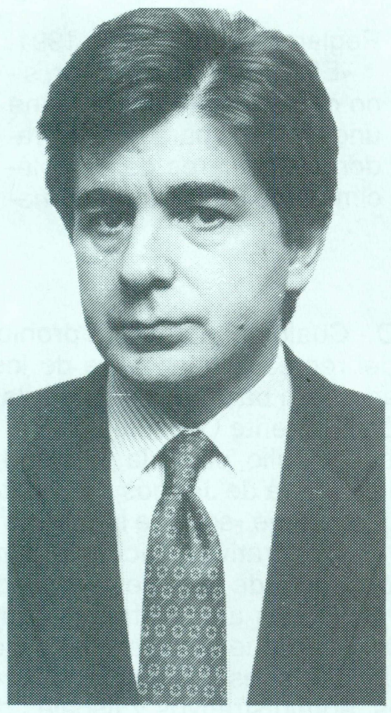
El secretario de Estado de Hacienda, Antonio Zabalza, opina que la cesión de un tramo del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) a las Comunidades Autónomas sólo es el paso previo a la imposición de recargos autonómicos.

Zabalza interpreta a tenor de estas manifestaciones que debería desglosarse en la declaración de la renta la parte

La cesión del IRPF a las autonomías, paso previo a imponer recargos, según Hacienda

de la cuota por IRPF que obtiene el Estado y la que logran las Comunidades Autónomas, de forma que se prepare a los contribuyentes a *aceptar la existencia de los* recargos.

Es curioso, pero en sus manifestaciones Zabalza entendía que era *«desafortunado»* que los recargos autonómicos no se hubieran aplicado y señaló que si durante cinco o diez años los contribuyentes supieran de la existencia de un tramo de renta que se dirige directamente hacia su autonomía, seguramente aceptarían los recargos.



¿Antoni Zabalza sabe de la existencia de recargos autonómicos en el automático?

Ciertamente en materia de máquinas recreativas y bingos a lo largo de los últimos años ha quedado bien patente que estas actividades desembocan en unos significativos recargos en determinadas autonomías.•

Desciende la producción de bebidas refrescantes

Un ligero descenso ha sido la tónica predominante en el sector de bebidas refrescantes, durante el último trimestre de 1991, según un estudio de mercado elaborado por Estadística Cuatro (E4) y con la colaboración de la empresa Knör Elorza.

Unas ventas de 2.586 millones de litros y un crecimiento del 2,3 por ciento reflejan el aminoramiento experimentado en la producción de bebidas refrescantes, si tenemos en cuenta que en 1989 la producción aumentó en un 9,8 por ciento, y en 1990 en un 5,6 por ciento.

La multinacional norteamericana de bebidas refrescantes Coca Cola ocupa la primera posición en el ránking de este sector.

La empresa es líder en el mercado español con una participación del 51 por ciento, que equivale a unas ventas de 1.437 millones de litros.

La otra multinacional de la cola, Pepsi Cola, ha aumentado su producción en unos 7 millones de litros, que representan una variación del 4,7 por ciento en relación a los resultados del pasado ejercicio.

La Casera, con 504 millones de litros vendidos, ha descendido un 4,2 por ciento en relación a las cifras resultantes en 1990. La empresa vendió hace dos años 526,5 millones de litros.

Trinaranjus ha disminuido su producción en un 1,8 por ciento con 52 millones de litros vendidos durante el segundo semestre de 1991.

La gran estabilidad en la producción de la marca Schweppes caracteriza los últimos seis meses del pasado año. La empresa con 213 millones de litros vendidos tan sólo ha descendido un 0,4 por ciento.

El abandono de un par de líneas de productos de Kas ha sido la consecuencia de que la empresa sólo pierda 2,5 millones de litros, que han supuesto un descenso en su producción del 1,4 por ciento.

SEVEN UP, con casi 50 millones de litros vendidos, ha sido la marca que mayor producción ha experimentado en el sector de bebidas refrescantes. En relación a los resultados obtenidos en 1990 la empresa ha crecido un 15 por ciento.•

Ranking de ventas de las compañías de bebidas refrescantes (*)

	1990	1991	Variación 90-91 (%)
Coca-Cola	1.363	1.437	5,4
Pepsi Cola	150,9	158	4,7
La Casera	526,5	504	-4,2
Schwepes	214	213	-0,4
Kas	175	172,5	-1,4
Trinaranjus	53	52	-1,8
Seven Up	43,2	49,7	15
TOTAL	**2.25,6**	**2.586,2**	**2,3**

(*) Cifras en millones de litros

Fuentes: Estadística Cuatro y Knorr Elorza, S.A.

Coca Cola prepara el siglo XXI

La multinacional norteamericana de bebidas refrescantes, Coca Cola, invertirá 120 mil millones de pesetas en los próximos tres años, de los que setenta mil millones se destinarán a márketing y publicidad.

Coca Cola obtuvo el pasado ejercicio un beneficio neto de 161.800 millones de pesetas, que representan un incremento del 17,1 por ciento respecto al año anterior.

Las ventas de la empresa, que han sido de 1,15 billones, suponen un aumento del 13 por ciento.

El cuarto trimestre de 1991 fue especialmente provechoso para la multinacional norteamericana, que consiguió incrementar su beneficio neto en un 21,8 por ciento, y sus ventas en un 12,6 por ciento.

Mercado

El crecimiento de Coca Cola ha sido generalizado en todos los mercados. La facturación ha aumentado un 2,5 por ciento en Estados Unidos, con una participación en el mercado del 41 por ciento, en Argentina alcanzó el 30 por ciento, y en Latinoamérica y la Comunidad Europea el 8 por ciento.

La multinacional invertirá en España 120.000 millones hasta 1994

Si bien en el país británico las cifras de facturación disminuyeron, el resultado final fue compensado por países como Alemania, Francia y Benelux.

Coca Cola, con trece concesionarios repartidos por toda España, controla el 51 por ciento de la cuota del mercado nacional, con unas ventas de hasta 1.437 millones de litros, que representan un aumento en sus ventas del 5,4 por ciento, en un sector que ha producido casi 2.600 millones de litros, durante los últimos seis meses de 1991, y que tan sólo ha experimentado un crecimiento del 2,3 por ciento.

Nuestro país es el segundo país europeo para la empresa y el séptimo a nivel mundial.

La expansión internacional de la multinacional se manifiesta en los recientes acuerdos alcanzados para entrar en Rusia, Ucrania, Repúblicas Bálticas y la India, y en los contactos con Singapur y la zona del Pacífico.

Coca Cola patrocinará los próximos Juegos Olímpicos de 1996, que se celebrarán

La compañía patrocinará los Juegos Olímpicos de 1996

en la ciudad de Atlanta en Estados Unidos, y los Juegos de Invierno de 1994, que tendrán lugar en la ciudad noruega de Lillehammer.

La multinacional norteamericana ha firmado un acuerdo con el Comité Olímpico Internacional (COI) por el que adquiere los derechos mundiales de márketing sobre las mascotas y símbolos olímpicos en un periodo comprendido entre 1993 y 1996.

El reconocimiento de Coca Cola como bebida oficial de los Juegos Olímpicos y la exclusiva de la compañía para la venta de refrescos, bebidas isotónicas para deportistas y zumos en todos los recintos olímpicos, son otros de los acuerdos a los que ha llegado la empresa norteamericana.•

Lesa amplía su capital

La Lactaria Española (Lesa), filial de Tabacalera, ha ampliado su capital en 1.500 millones de pesetas con el objetivo de dotar a la empresa de una mejor situación financiera.

Iberlat, filial de la cooperativa francesa Unión Latiere Normande, junto con las cooperativas agrarias de Sogescop, renunció, el pasado mes de diciembre, a la compra del 50 por ciento de la empresa Lesa.

Un comité gestor encabezado por Angel Sastre, como presidente no ejecutivo, ha sido puesto al frente de Tabacalera, tras la renuncia de ULN.

La situación económica de la fábrica de la marca Ram es positiva, a pesar de que las cargas financieras le hayan provocado pérdidas de unos 1.300 millones de pesetas.•

Los vinos de Jerez, en reestructuración

La multinacional Allied Lyons se halla en plena reestructuración de las empresas bajo su propiedad en la región de Jerez, a través de la gestión que desarrolla su filial, el grupo Harvey.

Así, Terry está asumiendo toda la actividad de licores del grupo, área en la que ya se encuentra prácticamente especializada. También esta firma está traspasando su actividad de vino a John Harvey que, junto con el resto de empresas del grupo, ha quedado especializada en la elaboración, crianza y exportación de vino.

El grupo Harvey facturó 19.000 millones el anterior ejercicio

Terry es el principal soporte del grupo, puesto que sólo en 1990 facturó por valor de 18.300 millones de pesetas.

El Jerez español controla la mitad del mercado

Red estratégica

Harvey cuenta en España con tres empresas principales que comercializan diferentes marcas. Así, Fernando A. de Terry se ocupa de los brandies *Centenario, 1900* y Terry. John Harvey and Sons elabora los vinos Bristol Cream. Por último, J.H.E. y Palomino y Vergara disponen de los vinos Amoroso y Tío Mateo.

La multinacional Allied Lyons se configura como uno de los más importantes grupos mundiales de vinos y licores. En el mercado español control el sector del vino de Jerez con una cuota aproximada del 50 por ciento.

Allied Lyons es propietaria de marcas tan conocidas como los whiskies Ballantine's y Canadian, así como el cognac Corbusier y los licores Kahlua e Hiram Walker.

La reordenación que están llevando a cabo los vinos de Jerez puede enmarcarse en la nueva situación creada tras la decisión de la CE de que desde 1996 las bebidas bajo la denominación «sherry», que no dispongan del origen jerezano, no podrán venderse bajo este calificativo.●

ELECTRONICOS MARTE, s.a.
IMPORT - EXPORT
Venta de placas para videojuego
Contamos con las últimas novedades
CONSULTENOS SIN COMPROMISO
Ntra. Sra. de Guadalupe, n.º 16
(Junto plaza de toros Ventas) — MADRID
Tels.: (91) 361 29 43 - 355 86 63
Fax (91) 361 29 73

País Vasco

Hacienda no descarta aplicar 2.400 millones retroactivamente

Los 2.400 millones presupuestados por la Consejería de Hacienda y Finanzas del Gobierno vasco como recargo sobre la tasa de juego no figuran en el articulado de la Ley de Presupuestos Generales del País Vasco correspondientes a 1992, que resultaron aprobados el 28 de enero.

Esta partida se incluye como previsión de ingresos, según ha podido saber «ER» y al margen del contenido de la Ley. Es decir, su aplicación definitiva sólo podría ser válida mediante una ley específica que concretara la imposición de un recargo.

La Hacienda del gobierno vasco estaría en estos momentos estudiando la redacción de un proyecto de ley de Tasas sobre el Juego con el fin de que, en segunda instancia, pudiera aplicarse a través de la correspondiente reglamentación.

La partida presupuestada de los 2.400 millones de pesetas no es vinculante de momento, ni tiene soporte jurídico en estos instantes. Claro está, que las fuentes consultadas de la Consejería de Hacienda del ejecutivo autonómico no descartarían emplear la fórmula de la retroactividad para aplicar la medida. Aseguran que en los tribunales existen precedentes que les darían la razón.

El Consejo Vasco se reunió un día después de ser aprobada la partida

Desorientación

La previsión de esta partida causó sorpresa por cuanto se producía a instancias de la Consejería de Hacienda, sin considerar la opinión de la Dirección de Juego y no habiéndose reunido el Consejo Vasco del Juego para opinar acerca de la cuestión.

Precisamente un día después de que el pleno del Parlamento vasco se pronunciara definitivamente acerca de la inclusión de esta previsión de ingresos en el ejercicio de 1992 el Consejo Vasco del Juego se reunía a toro pasado.

Los representantes sectoriales en este Consejo, que como se sabe tienen voz pero no voto, censuraron la actitud de la Consejería de Hacienda, así como el hecho de que ésta no tuviera en consideración la opinión de la Consejería de Interior a través de la Dirección de Juego.

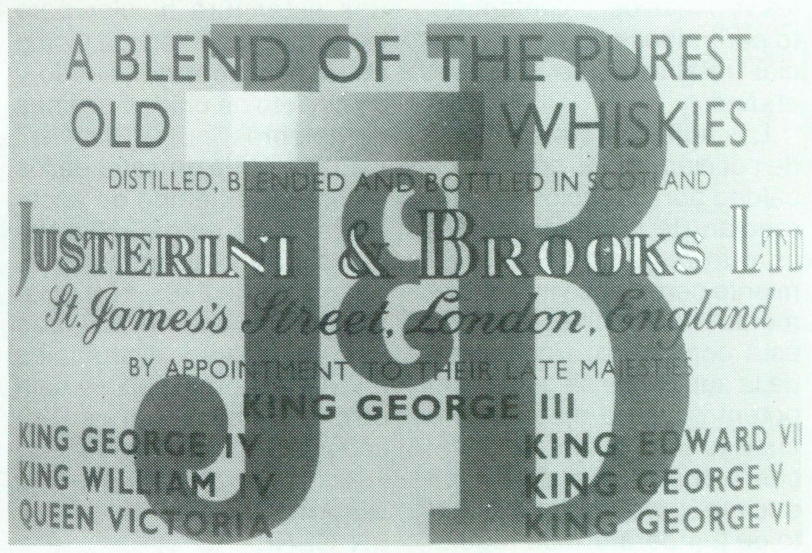
Naturalmente el temor radica en saber si una decisión de este calibre puede ser adoptada con efecto retroactivo. A tenor de las declaraciones efectuadas a «ER», el gobierno vasco no descartaría que así fuera.●

J&B y DYC, líderes en el mercado español

La marca de whisky escocés J&B, propiedad del grupo británico Grand Metropolitan y distribuida en España por Anglo Española de Distribución (AED), y la marca DYC, propiedad del grupo Domecq, se han consolidado como las marcas líderes del mercado español.

Unas ventas de 18,6 millones de litros, que suponen un incremento del 25,2 por ciento en relación al ejercicio anterior, son el resultado del espectacular crecimiento de J&B en los últimos años.

La empresa ha desbancado a destacadas marcas como Johnnie Walker, propiedad de la cervecera británica Guinness.



J&B ha experimentado un crecimiento espectacular en los últimos años

AED

La distribuidora en España de productos como J&B, Baileys y Bombay, Anglo Española de Distribución (AED), facturó durante el pasado ejercicio 32.552 millones de pesetas, con unas ventas de 22,5 millones de litros, lo cual supone un aumento del 5,6 por ciento respecto al año anterior.

La filial de bebidas International Distillers and Vintners (IDV), propiedad de Grand Metropolitan, adquirió en 1991 a AED por dieciocho mil millones.

Ballantine's, con un 18% de participación crece rápidamente

IDV tiene en propiedad la marca Cinzano, mientras que Grand Metropolitan, es propietaria en España de Conservas Chistu, Burger King, Croft Jerez y Lagunilla.

La cantidad total de litros de whisky consumidos asciende a 65 millones. Mientras J&B y DYC mantienen una cuota en el mercado español del 28 por ciento, Ballantine's, que está creciendo fuertemente, tiene una participación del 18 por ciento, y Johnnie Walker del 4,5 por ciento. El 21,5 por ciento restante está en manos de otras marcas.●

Electrónica por inducción económica para equipo de Hostelería

Una compañía británica ha creado una línea de aparatos electrónicos para las superficies de cocción de cocinas caldeadas por corriente de inducción, cuyo uso se está generalizando notablemente entre las empresas de hostelería.

Cuestan la mitad que los aparatos más afines de sus competidores. Estos nuevos dispositivos son especialmente pequeños y fáciles de instalar en la mayor parte de las cocinas actuales con poquísimas o ninguna modificación.

La firma Marketronics tiene disponibles dos modelos de estos aparatos electrónicos, cada uno de los cuales puede activar dos hornillos de cocina, uno con una salida de 2,2 kilowatios por hornillo y otro con una salida de 3,5 kilowatios. Los aparatos se entregan con su correspondiente conmutador de conexión/desconexión, mando de calentamiento, luces indicadoras y dos bobinas para caldeo por inducción.

Característica especialmente importante es su bajo coste, de tan solo el cincuenta por ciento o menos del precio de tales dispositivos de otras procedencias. Su instalación puede ayudar a los fabricantes de cocinas a superar la única razón verdadera por la que los hosteleros rehusan aprovechar al máximo las ventajas del calentamiento por inducción: el costo inicial relativamente alto del equipo.

Los hornillos, o superficies de cocción, de las cocinas de caldeo por inducción se diferencian de las tradicionales en que el punto de calentamiento permanece invariablemente frío, incluso cuando está conectado. Por debajo de la superficie se genera un potente campo magnético y cuando una vasija metálica, como una sartén, se coloca encima, produce un aumento de temperatura de regulación precisa en la superficie de la sartén, calentando su contenido. Y a menos que se coloque la sartén o cualquier otra vasija, no habrá calentamiento.

Las ventajas residen en la considerable reducción del consumo eléctrico, pues aparte de las pérdidas que se producen desde superficies exteriores de la vasija, toda la energía se concentra en el calentamiento del producto, lo cual da como resultado ahorros de energía de alrededor del 75 por ciento. Gracias a su uso, en las cocinas comerciales donde es práctica común dejar los hornillos permanentemente encendidos, no se producirá un calentamiento adicional en la cocina.

No habrá tampoco riesgos de quemaduras accidentales debido al contacto de las manos con un hornillo o superficie de calentamiento encendidas ni de generación de llamas debido al derrame de grasa o aceite en la superficie caliente. Además, la limpieza es mucho más fácil debido a que los derrames inadvertidos no se queman sobre la superficie de cocción, por lo cual es facilísimo limpiarlo simplemente con un paño.

GRAM DI-CMOS DE 1 MBIT

TOSHIBA ha anunciado tres familias de memorias estáticas de acceso directo SRAMs, que abarcan versiones con un tiempo de acceso de 12 ns. Están basadas en la tecnología microlitográfica de 0,7 μm, y tienen estructura de BiCMOS. El BiCMOS combina dos tipos de tecnologías de silicio muy usadas en un sustrato sencillo de silicio, CMOS y bipolar.

Los dispositivos de CMOS permiten un bajo consumo energético, inferior disipación calórica y una mayor densidad e integración que los dispositivos bipolares. Los dispositivos bipolares funcionan generalmente con mayor rapidez que los CMOS y tienen una capacidad superior de excitación a la salida.

Estas memorias adoptan una estructura bipolar para los circuitos periféricos, como un amplificador de sentido y un circuito de unidad de línea de palabra.

El precio de muestra de los modelos de tiempo de acceso en 12 ns es de 320 dólares, el de las versiones de 15 y 20 ns es de 230 y 160 dólares respectivamente. Los aparatos están disponibles en SOJ (conducción de salida de línea pequeña) y en encapsulados duales en línea.

DE APLICACION
EN GENERAL

Convertidor A/D de 14 bit

ANALOG DEVICES presenta el AD9014, un convertidor A/D ultrarrápido de 14 bit. Es compatible ECL y es capaz de trabajar en velocidades hasta 10 millones de muestras por segundo. Esta velocidad es testeada con frecuencias de entrada analógicas de 540 kHz y 2,3 MHz. En ambas frecuencias, el rango dinámico libre de espúreos es de 90 dB, disminuyendo a 86 dB en 4,3 MHz.

La empresa garantiza una relación señal/ruido de 75 dB, y una distorsión en la intermodulación entre dos tonos de 90 dBc. La respuesta a transitorios para 0,01 por 100 de precisión es tipicamente de 40 ns. Las características CA del AD9014 son optimizadas para análisis rápido de espectros, aunque las especificaciones en corriente continua permiten también su aplicación de baja frecuencia, usando la técnica del oversamplign, por ejemplo para imágenes de luz visible o infrarrojo.

Este convertidor es un subsistema A/D completo de dos circuitos híbridos, montados en un circuito impreso multicapa. Funciona con una alimentación de 5 V y ±15 V en la gama de temperatura comercial, de 0 a 70° C, con una potencia disipada de 1,,5 W.

Se ofrecen dos versiones del circuito. El AD9014K está destinado a aplicaciones de prestaciones superiores, dando una mejora de 6 dB en el rango dinámico de espúreos sobre el AD9014J en las frecuencias de entrada de 540 kHz y 2,3 MHz, y de 4 dB en 4,3 MHz, llegando a idénticos valores en 10 MHz.

DE APLICACION
EN GENERAL

Sais modulares de corriente continua

Un SAI de corriente continua de PHILIPS con 500 watios constituye una solución para los OEM que precisan una alimentación permanente procedente de sus fuentes de alimentación conmutadas, para mantener en funcionamiento sistemas electrónicos de vital importancia.

Este modelo PE 5271 está disponible en un módulo compacto y resistente de 356x127x70 milímetros y ofrece un amplio abanico de aplicaciones comerciales e industriales en campos como los ordenadores, automatización, sistemas bancarios, sistemas de recogida de datos y aplicaciones médicas, en los que resulta necesario disponer de una fuente de alimentación permanente.

El sencillo diseño modular de estos sistemas permite una fácil integración en el equipo del usuario. Se pueden acoplar varios módulos según el número de etapas de 500 watios que se requieran, hasta formar un potente sistema de 2.000 watios como máximo.

Este sistema a CC ofrece muchas ventajas en comparación con uno a CA. La sencilla conversión de continua a continua es mucho más eficaz y menos complicada que la etapa de inversión necesaria en una de CA. Para conectar en paralelo varios SAIS CA es preciso usar circuitos sincronizados, mientras que con los SAIS todo se reduce a conectarlos donde se necesiten.

DE APLICACION
EN GENERAL

Convertidores CC/CC de 25 a 30 watios

ERICSSON COMPONENTS presenta una serie de convertidores CC/CC de bajo perfil y tecnología híbrida, diseñados para ser usados en las tarjetas de alimentación en los sistemas descentralizados de potencia con refrigeración por convección natural.

La serie PKE se ha diseñado para sistemas de baterias de 48 y 60 voltios, y comprende de cinco modelos diferentes con versiones de simple, doble y triple salida. Tienen un bajo perfil de 10,7 mm. y una superficie «standard» de 3x3 pulgadas. Permite espaciar las tarjetas a un mínimo de 0,7 pulgadas. También introduce un aislamiento entre entrada y salida de 1.500 Vcc. Este aislamiento es conforme con las normas EN 41003 y UL 1459 recientemente establecidas.

La tensión de entrada es de 38 a 72 Vcc para proteger las baterías contra una excesiva descarga. La tensión mínima de entrada se ha ajustado a 38 Vcc, y dispone de un ajuste por caída de tensión. Este dispositivo desconecta el convertidor cuando la batería llega a un nivel de carga.

El MTBF es superior a dos millones de horas a +45° C de temperatura. La frecuencia de conmutación es de 300 kHz, con una frecuencia de rizado de 600 kHz y una densidad de potencia de hasta 8 W/pulgada cúbica. El rendimiento típico es del 80 al 85 por 100, dependiendo de la tensión de salida.

DE APLICACION GENERAL

Familia de convertidores CC/CC de 3 W

IBEK/MELCHER presenta una familia IPS3, que constituye una solución completa para los convertidores CC/CC de 3W. Existen más de 100 modelos «standard», todos en una cápsula DIL de 24 patillas, con 10,5 mm. de altura.

El aislamiento entrada/salida puede llegar a un valor de 3 kVpp.

Existen dos rangos de la tensión de entrada: de 10 a 33 Vcc y de 18 a 72 Vcc. El funcionamiento se garantiza en la gama de temperatura industrial, desde -40 a +85° C, sin limitación de potencia alguna.

Las salidas «standard» son: 5, 12 y 15 V, tanto sencillas como dobles. IBER fabrica también modelos con dos salidas separadas entre sí galvánicamente y con una tensión de aislamiento que llega a kVpp. Se pueden realizar versiones especiales según deseos del cliente.

La MTBF de esta familia, según MIL-HDBK-217E, es de 2,9 millones de horas.

DE APLICACION
EN GENERAL

Convertidores CC/CC de 5W

NEWPORT COMPONENTS aumenta su gama de convertidores CC/CC con la familia NMX, compatible EMIT, con una potencia de salida de 5 watios. Esta serie usa el encapsulado «standard» industrial de 2x2 pulgadas.

Están disponibles para tensiones de entrada de 5, 12 ó 24 V y tensiones reguladas de salida de 5, 12 ó 15 V, tanto en simple (5, 12 ó 15 V) como en doble ± 5 ó ± 12V). Esta serie tiene una regulaciń mejor del 0,5 por 100 y un aislamiento de 500 V, con una eficacia del 70 por 100.

DE APLICACION
EN GENERAL

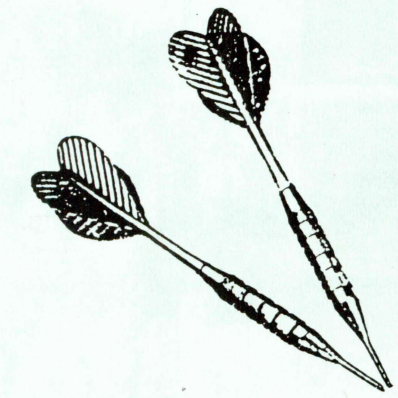
Conector aéreo macho para cable plano

LEOCO incorpora a su gama de productos una serie de conectores macho aéreos de cable plano. Según los requisitos del usuario, estos conectores se encuentran disponibles en 10, 14, 16, 20, 26, 34, 40, 50, 60 y 64 circuitos.

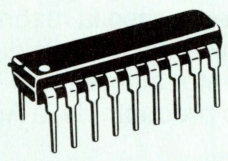
Además, se ofrecen dos versiones diferentes: una con pestañas de sujección que posibilita el montaje en panel y otra sin ellas, para conexiones aéreas. Este producto complementa la familia de conectores para cable plano permitiendo efectuar las conexiones de placa a panel, placa a cable y cable a cable.

DE APLICACION
EN PLACAS
DE VIDEOJUEGO

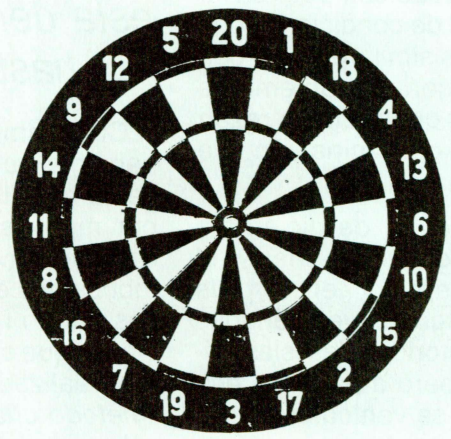
CINYTRES



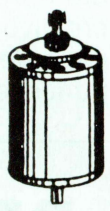
Dardos aleta-caña especial



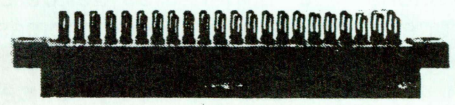
C. I. 74 LS 259



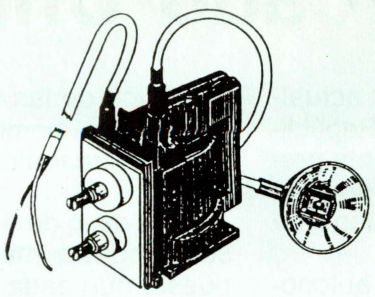
Diana Clásica



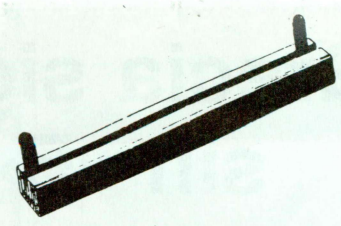
Motor hopper-bombo 7v



Conector Yamma 28+28

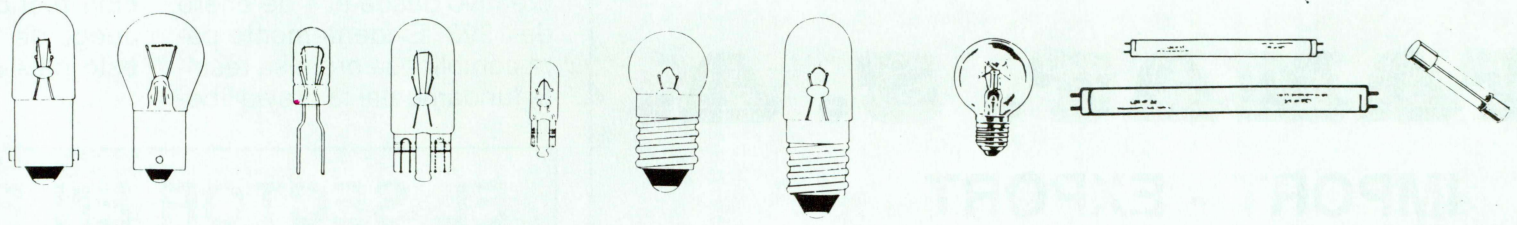


Transformador de lineas
HR 7025 - HR 6020



Resistencia bobinada
PWF 20 - 37ohm

Iluminación



El Reino Unido no podrá utilizar el nombre de Sherry

La Comisión Europea (CE) presentará en el curso del año 1995 una norma que ponga final a la discriminación comercial que padece el vino español de Jerez en Gran Bretaña.

Este organismo comunitario constata que todavía hoy en día el verdadero producto español debe competir en inferioridad de condiciones con productos similares pero con una categoría notablemente inferior, y que también rezan bajo la denominación de «sherrys».

Hasta el 31 de diciembre de 1995 el British Sherry, el Irish Sherry y el Cyprus Sherry seguirán vendiéndose en el territorio de las islas británicas, pero a partir de esa fecha no se vehiculará a través de esta denominación.

La reglamentación comunitaria sobre protección de indicaciones geográficas y de denominaciones de origen clarifica que el uso del concepto *«región determinada»* juega un papel especial en *las características del vino* y destaca que únicamente los vinos elaborados con la uva recogida y transformada en la región específica pueden utilizar esta denominación.

British, Irish y Cyprus se venderán con esta denominación hasta 1995

Curiosamente la discriminación a que es sometido el Jerez halla una contraréplica por motivos opuestos en el caso del cava, por el que los fabricantes de vinos espumosos deben renunicar a mencionar que sus productos están realizados mediante el *«método champenoise»*.

La discriminación que significa la autorización de las denominaciones británica, irlandesa y chipriota en el caso del Jerez se acentúa ya que además de valerse de un nombre que lo les corresponde y ser de calidad notablemente inferior, cuentan con una fiscalidad claramente favorable. •

Grecia sigue sin «B»

Al menos esta es la impresión inicial que se desprende de la posición aperturista del gobierno griego que sólo ha dado la luz verde a la operatividad de ciertas máquinas recreativas con premio.

De tal manera que videojuegos y «pin-balls» siguen siendo las únicas posibilidades que el operador tiene para instalar estos artículos de ocio y entretenimiento.•

Francia

Nuevos métodos del «juego público»

También la problemática generada por las loterías bajo control estatal es problema que surge en Francia y que ya ha levantado la reacción del sector del juego privado.

En este caso la razón de la polémica nace a raíz del lanzamiento al mercado deun nuevo producto de la Asociación Francesa del Juego, que se vale de terminales de video situadas a través del país y que pueden localizarse en cafeterías o establecimientos de hostelería en general.

El organismo público de juego francés busca fórmulas como el uso del video

El sector del recreativo galo advierte que ya existen diversas modalidades en este tipo de juegos, las suficientes como para considerar que el mercado se encuentra suficientemente cubierto. Son los casos de «Tac o tac» o «Lotto».

La «videolotería» representas que a través de cinco pantallas cualquier persona tenga la oportunidad de retar a la máquina en multitud de juegos, algunos tan simples como el poker u otra modalidad de juego de cartas.

La actitud de la patronal que defiende los intereses del empresariado del automático en Francia difícilmente puede comprender la utilización precisamente del video como arma frente al sector del recreativo valiéndose de toda clase de juegos tradicionales franceses.•

El monopolio de las loterías de muchos países europeos, como el caso de la suiza que ilustra esta información, busca alternativas

Alemania prepara el Mercado Unico

Los 16 lands que actualmente constituyen la República Federal de Alemania perfilan la actuación de una política respecto del Juego de carácter federal.

Esta idea de plena autonomía cobraría fuerza, caso de que la entrada del Mercado Unico Europeo (MUE) incidiera efectivamente en la armonización del sector del recreativo desde el 1 de enero de 1993. Evidentemente para cumplir esa premisa resulta fundamental la previa liberalización de las loterías nacionales *así como* el mercado de las máquinas recreativas.

En el caso de Alemania resulta todavía más peculiar, puesto que cada uno de los landers tiene en la actualidad la posibilidad de recaudar las recaudaciones. Una pérdida del monopolio sobre las loterías supondría una disminución teórica de la oferta de Juego de los ciudadanos de este país.•

EL SECTOR EN FERIAS

- 10-11 marzo: AMUSEXPO, en Dublín (Irlanda).
- 11-14 marzo: Leisure and recreation'92, en Tokio (Japón)
- 12-15 marzo: ENADA, en Rimini (Italia)
- 15-17 marzo: AMERICAN COIN MACHINE, en San Antonio, Texas (EE.UU.)
- 24-26 marzo: International Gaming Business Exposition Europe, en Mónaco.
- 11-14 abril: International Amusement and Leisure Equipment Exhibition, en Varsovia (Polonia).
- 23-25 junio: Congreso y Exposición Europeo de Casinos, en Niza (Francia).
- 27-28 agosto: JAMMA SHOW, en Tokio (Japón).
- 22-24 septiembre: Congreso y Exposición Mundial del Juego, en Las Vegas, Nevada (EE.UU.).
- 1-3 octubre: AMOA, en Chicago (EE.UU.).
- 14-15 octubre: AL PREVIEW, en Londres (Gran Bretaña).
- 21-23 octubre: FER, Barcelona.

DATAMAT, S. A.

IMPORT - EXPORT

ULTIMAS NOVEDADES EN PLACAS DE VIDEO-JUEGOS

DISPONEMOS DE MAS DE 50 JUEGOS DIFERENTES

CONSULTENOS SIN COMPROMISO

Licenciado Poza, 73 - 48013 BILBAO ☎ (94) 442 53 14
Télex 34224 DAMT-E - Fax (94) 442 53 18

El dulce, un manjar popular

La dulcería es, sin duda alguna, un aspecto para el sector de la hostelería del todo inevitable y muy apetecible.

El sector de dulcería en España produce 357.000 toneladas, que equivalen al 5,3 por ciento de la producción total comunitaria. Estas cifras sitúan a nuestro país en la séptima posición del ranking europeo.

España es el séptimo productor europeo en el subsector de panificación fina, pastelería de marca y galletería con 161.000 toneladas, que suponen un 4,5 por ciento de la producción total de la CEE, y el sexto productor de chocolate y derivados del cacao con una producción de 135.677 toneladas, que equivalen al 6,4 por ciento del total europeo.

En los últimos años, las estrategias comerciales de muchas empresas españolas han contribuido a iniciar una nueva etapa, la época de la expansión internacional de nuestros dulces.

Azúcar, chocolate y productos derivados del cacao, miel caramelos y chicles, turrones y mazapanes, pastelería y galletería, son algunos de los subsectores más destacados de la dulcería en España.

El sector de la dulcería dedica el 21 por ciento de la producción total de la industria azucarera a la fabricación de sus productos.

El subsector azucarero produce un total de 954.000 toneladas, que suponen un 6 por ciento de la producción total de la CEE.

El consumo de miel ha aumentado en nuestro país durante los últimos años

Chocolate

Las estrategias comerciales de algunas empresas españolas como Elgorriaga, Lacasa, Chocolates Torras, *Chocolates Hueso* y *Zahor*, han contribuido a aumentar las ventas exteriores de chocholate y productos derivados del cacao.

La producción total de estos dulces es de 135.677 toneladas, con un volumen de ventas de 70.000 millones de pesetas.

España, séptima consumidora de chocolate en el ranking de la CEE, tiene un consumo per cápita de 2,7 kilos, cifra muy distante todavía de países como Reino Unido, Alemania, Bélgica y Luxemburgo, donde el consumo per cápita es de unos 7 kilos al año.

Galletas

Cuétara, Royal Brands, filial de Tabacalera, y Fontaneda son las empresas fabricantes de galletas que ostentan casi la mitad de la producción total de este subsector, cifrada en 220.000 toneladas, con un volumen de ventas de 60.000 millones de pesetas.

El mercado de galletas se caracteriza por una demanda superior a la oferta, con un consumo interno de 234.000 toneladas, que hace necesarias las importaciones.

Confites

La actuación de importantes firmas como Chupa Chups, General de Confitería, Adams, Damel, Fiesta, Industria Dulciora y Francisco Hernández Vidal ha iniciado una época de expansión internacional en el sector de caramelos y chicles.

La producción de 113.523 toneladas de caramelos y chicles supone una facturación de 49.945 millones de pesetas. Mientras que 12.891 toneladas se han destinado a la importación, 27.837 toneladas se han exportado a terceros países.

La pastelería industrial ha crecido un 1.200% desde 1988

Miel

En los últimos años, el consumo de miel se ha caracterizado por una curvatura ascendente, con una producción en la actualidad de 14.500 toneladas, que representan un volumen de ventas de 4.000 millones de pesetas.

El 34,67 por ciento de la producción se destina a la exportación, siendo países como Alemania, Francia, Bélgica, Holanda y Japón los principales consumidores de este producto, con un consumo per cápita de 1,5 kilos, frente a los 0,5 kilos que consume cada individuo en nuestro país.

Turrón

El turrón y el mazapán se han convertido en un postre de consumo diario, a pesar de que el 90 por ciento de las ventas siguen realizándose en dos meses.

El 3,7 por ciento de la producción total, que es de 27.000 toneladas, se destinan a las exportaciones.

La reciente política de diversificación del subsector, con la aparición de 30 nuevas variedades de turrón, ha supuesto un crecimiento del 10 por ciento en la producción y unas inversiones de 4.000 millones en el subsector.

Pastelería industrial

Un crecimiento espectacular de las masas congeladas es el aspecto más importante de la pastelería industrial en los últimos años. Rapidez, sencillez, y fácil preparación son sus principales atributos.

Este subsector que produce un total de 65.000 toneladas y que factura 15.000 millones de pesetas, ha experimentado un crecimiento del 1.200 por ciento en los últimos cuatro años.●

Deliciosas trampas listas para comer

La correcta exhibición de cautivadores dulces y pasteles incita a todos los presentes a saborearlos.

Un determinado color, un brillo, un fondo, la combinación de ciertos ingredientes y el realce de algún elemento exótico, son algunos ardides, muy sutiles, para atrapar la vista del comensal. Después lo demás viene solo.

Según han informado, expertos en el tema, a esta revista, el restaurante puede ser un espectáculo sin espectáculo, un sitio donde comer resulte divertido. En un restaurante la vitrina de pasteles se convierte en una dulce trampa, lista para comer. Se trata de una puesta en escena, de un pequeño teatro que tiene sus grandes efectos.

El aparador debe ser pequeño, aunque muy bien iluminado y preferiblemente hecho con materiales nobles, tales como la madera o el mármol blanco, que por otro lado también contribuyen a dar sensación de limpieza.

Este debe estar colocado a la altura de los ojos de los comensales, con la intención de avasallarlos.

Una vajilla artesana, la típica tela de cocina o aquella con motivos de fantasía pueden ser algunos elementos de acompañamiento, siempre procurando no empachar al cliente.

Un montoncito de harina, un saquito de cacao,

Un color, un brillo, un fondo atrapan la vista del comensal

una pala de madera, o cualquier otro elemento que recuerde el origen del dulce son otras opciones decorativas de interés, que consiguen un perfecto diálogo amoroso entre los productos.

Un buen surtido de dulces acompañado de algún líquido es algo que también alegra la vista y tiene un gran impacto visual, más si cabe cuando los productos aparecen ligeramente inclinados para verlos en toda su dimensión. Todo parece más suculento. El pastel aparece como un regalo, como algo espontáneo, que en cualquier momento podemos tomar y saborear.

Escaparates

El escaparate de una pastelería forma parte de un azulado y frío paisaje urbano. Este tiene que llamar nuestra atención desde lejos. Tiene que ser un local atractivo y sugerente.

Un reflejo, un color como el fucsia o el rojo, y una correcta iluminación contribuyen a hacer del escaparate una fiesta mayor. Un poco de aluminio coloreado, algunas estrellitas y motivos de papel son los elementos que acaban de impresionar a los viandantes.

Pero los dulces no sólo sirven para decorar pastelerías y muchos restaurantes. Estas técnicas son utilizadas en muchos otros establecimientos comerciales. ¿Quién no recuerda haber visto caramelos desparramados entre camisones de seda y algunos pasteles entre gafas de sol?●

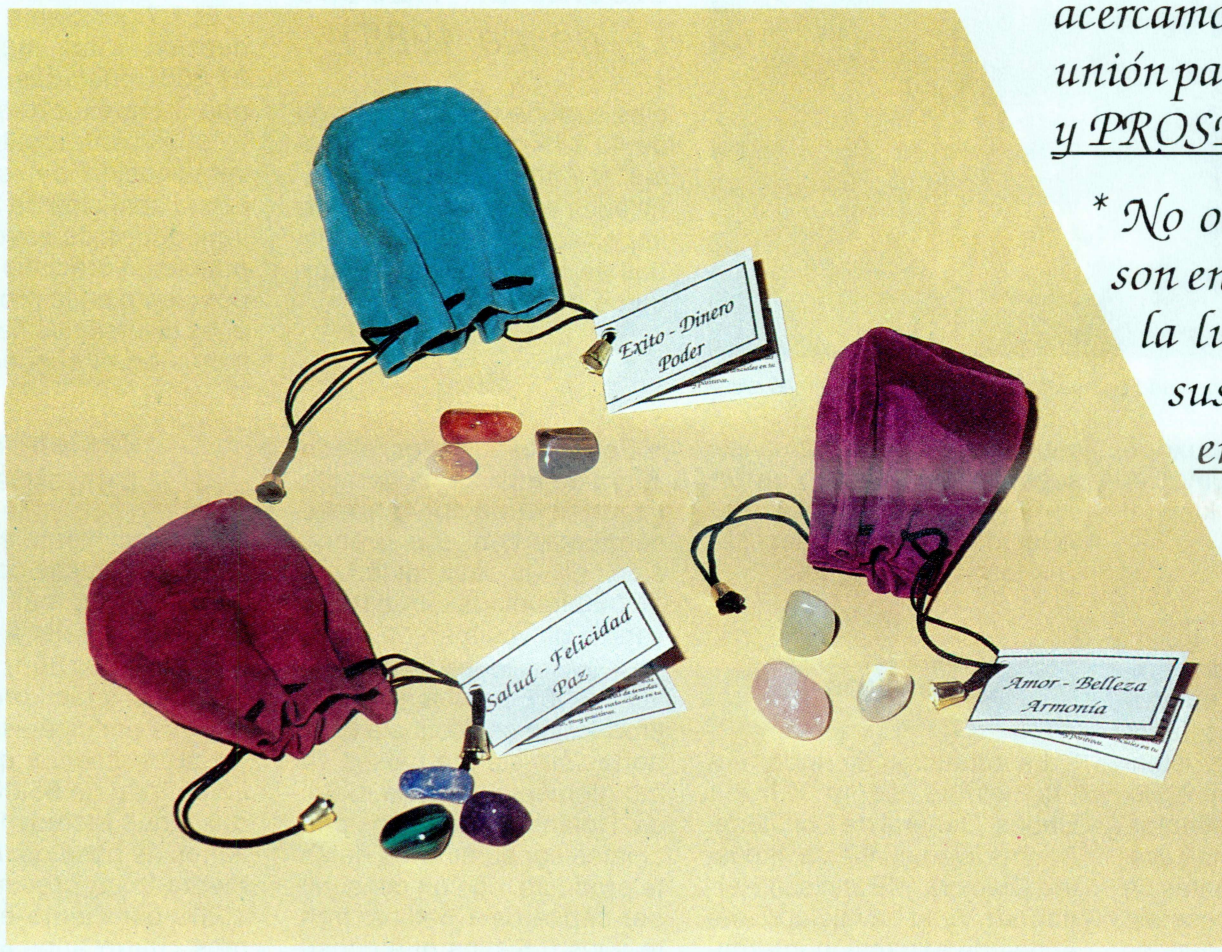
LE REGALAMOS GEMAS ENERGETICAS

AL SUSCRIBIRSE O RENOVAR SU SUSCRIPCION POR UN AÑO A "ER"-HOSTELERIA, RECIBIRA UNA ORIGINAL BOLSITA, A SU ELECCION, DE GEMAS ENERGETICAS

GEMAS ENERGETICAS

* *Las más bellas GEMAS, importadas directamente de Brasil, Colombia y Chile, están ahora preparadas para transmitirte su inmensa energía.*

* *Los Tibetanos las consideran sagradas, los Indios de Norte-América las veneran, en Egipto y Oriente las incrustan en sus objetos de culto; hoy en Occidente las redescubrimos y las acercamos a nosotros como vínculo de unión para propiciar SALUD, AMOR y PROSPERIDAD.*



* *No olvidemos que estas GEMAS, son entidades vivientes que reflejan la luz del Cosmos, captando con sus colores la esencia misma de la energía.*

Ahora tienes en tus manos la posibilidad de escoger para tí y los tuyos, las GEMAS con las que más te identifiques;

un regalo del Universo.

Don .....
Calle ..... n.º ..... Piso .....
Cod. Postal ..... Ciudad ..... Provincia .....
Teléfono (.....) ..... N.I.F. .....

- ❑ Pago en efectivo ..... 6.500 PTS. (IVA INCLUIDO)
- ❑ Cheque bancario ..... 6.500 PTS. (IVA INCLUIDO)
- ❑ Contra reembolso ..... 6.500 PTS. (IVA INCLUIDO)

Con mi Suscripción a "ER" RECIBIRE TOTALMENTE GRATIS LAS GEMAS ENERGÉTICAS EN LA BOLSITA POR MÍ ELEGIDA

- ❑ Amor, Belleza, Armonía (Cristal de roca, Cuarzo rosa y Jade)
- ❑ Exito, Dinero, Poder (Ojo de tigre, Cuarzo citrino y Agata cornalina)
- ❑ Salud, Felicidad, Paz (Amatista, Malaquita y Lapislázuli)

(Marque con una X la bolsita que usted desea)

"ER"-HOSTELERIA: Plaza Duque de Medinaceli, 5, 1.º - Teléfono (93) 318 02 36
Fax (93) 302 29 54 - 08002 Barcelona

Caramelos y golosinas, una dulce reglamentación

Las nuevas tecnologías y avances científicos han propiciado el aumento del consumo y la aparición de diferentes variedades de un producto al que es muy difícil resistirse: un dulce.

La transformación habida en este sector de la economía ha requerido actualizar la legislación vigente que lo regula.

La elaboración, circulación y comercialización de caramelos, chicles, confites y golosinas ha sido objeto de una nueva reglamentación, aprobada por el Consejo de Ministros a finales del pasado año, en defecto de la normativa específica que dicten las Comunidades Autónomas.

La Ley expresa claramente la denominación de los productos, las condiciones que los establecimientos, material utilizado y personal deben reunir, y los requisitos del

Un barniz cubrirá las impresiones del envoltorio

envasado, etiquetado, rotulación y venta.

Los caramelos se definen como «masas obtenidas por mezcla de azúcar, en un porcentaje mínimo del 50 por ciento, con aditivos autorizados».

El chicle se recoge en la reglamentación como «aquel preparado elaborado con una base masticable plástica e insoluble al agua, azúcar y otros ingredientes autorizados».

Los confites son aquellos «productos obtenidos al recubrir distintos núcleos de productos alimenticios con azú-

El sector de caramelos y chicles produce 113.523 toneladas

Los comerciantes deberán utilizar pinzas para algunos productos

car, coberturas, chocolate y otros aditivos autorizados», y las golosinas se definen como «productos que sin pertenecer a los grupos anteriores están elaborados con azúcares y otros ingredientes autorizados».

Chupa Chups ha iniciado una época de expansión internacional

Ingredientes

La reglamentación establece que los ingredientes utilizados en la elaboración de estos productos deberán estar en perfectas condiciones de consumo, exentos de cualquier microorganismo que provoque alteraciones al consumidor, protegidos en envases apropiados, y sin sustancias sanitariamente peligrosas en cantidad superior a la permitida por la Ley.

Azúcares comestibles, aromas, bases masticables, y aditivos autorizados, son las materias primas básicas utilizadas en la preparación de estos productos. Otros ingredientes que pueden figurar en la fabricación son el agua potable, frutos secos, regaliz, miel, azúcares, gelatinas alimenticias, aceites y grasas comestibles, leche y huevos, derivados de almidones, féculas y harinas alimenticias especiales, licores, proteínas vegetales, frutas, mermeladas, chocolates, jarabes y cualquier otro producto autorizado.

El rellenado o bañado del producto se deberá especifi-

El rellenado se especificará en el envase

car en el envasado, junto con la denominación del producto, y la lista de ingredientes. El azúcar puede sustituir a polialcoholes, tales como el «sorbital», «maltitol» y sus jarabes «manitol» y «xilitol».

Los bombones son el producto mimado del sector chocolatero

Envasado

El Ministerio autoriza la utilización de materiales de vidrio, cartón, material celulósico sulfurizado, parafinado, metalizado o plastificado de celofán, para el envasado de los productos.

Las tintas impresas en los envases deberán estar aisladas por un barniz protector.

Los comerciantes deberán utilizar pinzas o paletas para la venta de algunos productos, y no podrán abrir los envases de los chicles, de determinadas pastillas de goma, caramelos comprimidos y de dulces que contengan mentol.

La denominación del producto y del operador, y la lista de ingredientes deberá constar en los recipientes donde se expongan los productos, caso que no figuren en el envoltorio individual.•

La mermelada, reina de las conservas

La mermelada, el dulce más tradicional de los hogares españoles, ha sido durante toda su larga historia un goloso y energético manjar de reyes y gente modesta, de romanos y árabes, de príncipes y sultanes.

Esta dulce delicia frutal se conoce desde tiempos

El zumo de remolacha se puede utilizar como colorante

muy remotos. Ya en la prehistoria se recogían frutos, que luego eran hervidos y conservados para las épocas de frío o de escasez.

Manzanas, granadas, uvas, membrillos, ciruelas, melocotones, moras, peras, higos, fresas, naranjas... dulces o saladas, bañadas con miel, azúcar o almíbar, han sido frutas esenciales en la producción de la reina de las conservas.

En la actualidad, nuevos sabores, distintas y variadas combinaciones, y multitud de recetas, han iniciado una nueva generación.

La pulpa de la fruta, o la parte comestible del fruto entero sin pepitas y troceada, el puré de fruta, el zumo de fruta, el extracto

Nuevos sabores y variadas combinaciones han iniciado una generación

acuoso de frutas, o la corteza de la misma, junto con azúcares como la miel, la melaza de caña, o el azúcar moreno, son los ingredientes necesarios para la elaboración de este delicioso producto.

Algunas materias aromáticas, determinados aditivos permitidos, como colorantes, conservadores, antioxidantes, espesantes, correctores de la acidez y cierto contenido de anhídrido sulfuroso, también se permiten en la fabricación de mermelada.

En el etiquetado debe constar la denominación del producto, la indicación de la fruta y los gramos utilizados, la cantidad neta del producto, la fecha de duración mínima, el contenido del envase, los gramos de azúcar, la indicación de si lleva corteza la mermelada, los aditivos y la lista de ingredientes.

El uso de zumo de remolacha para reforzar la coloración de mermeladas de fresas, frambuesas, uvas espinas, grosellas rojas y ciruelas también deberán indicarse en el etiquetado.•

Salvador Santos Campano

Presidente de la Asociación de Empresarios de Confitería, Pastelería, Heladería y Platos Cocinados

«Hostelería y Pastelería son sectores llamados a entenderse»

Salvador Santos Campano, profesor de Derecho Mercantil y Master de Alta Dirección, empezó su trayectoria profesional en el sector de la pastelería hacia el año 1964 cuando adquirió su primer negocio.

Desde que desaparecieron los sindicatos verticales y surgieron las Asociaciones Gremiales, Salvador Santos Campano preside la Confederación Nacional de Pastelería y la Asociación de Madrid.

La Confederación Nacional, que antes contaba con 17 provincias, ahora representa a la casi totalidad del país. La Asociación de Madrid, creada con 217 asociados, engloba ahora a la casi totalidad del sector.

— *La incorporación de España en el Mercado Único Europeo, ¿qué ventajas e incovenientes supone para el sector de la pastelería?*

La integración de España en la Comunidad Europea es muy positiva. Muchos establecimientos pasteleros de otros países comunitarios se ubicarán en España, y multitud de representantes españoles se asentarán en capitales europeas.

«Soportamos una fuerte presión fiscal y continuas inspecciones»

Por otro lado, este fenómeno no representa grandes inconvenientes. Llevamos muchos años preparándonos para esta incorporación y el nivel profesional de nuestro sector es tan alto como el que más.

— ¿A qué nivel se encuentran las empresas españolas de pastelería, en relación a otros países de Europa?

En cuanto a calidad España ocupa el tercer puesto con un nivel muy similar al francés, al italiano, y al austríaco. En Austria no existe la cafetería, sino la barra de degustación o salón de té. Este tipo de local, ideal para ofrecer desayunos y meriendas, se debería imponer más en nuestro país.

En la presentación y decoración de pastelería, se están haciendo grandes esfuerzos. Tenemos un nivel muy aceptable. Posiblemente, ocupemos el tercer o cuarto puesto dentro de la Comunidad Europea.

— ¿De qué modo se interaccionan el sector de la Hostelería y el de la Pastelería?

Sin duda alguna, son dos sectores que están llamados a entenderse, por la sencilla razón de que una buena comida se remata con un buen postre.

— La Asociación de Empresarios de Confitería, Pastelería, Heladería y Platos Cocinados que usted preside, ¿qué tipo de empresas engloba?

La Asociación engloba a 800 pastelerías, heladerías y reposterías de la Comunidad Autónoma de Madrid. La práctica totalidad de las provincias españolas, entre las que se encuentran las 17 Comunidades Autónomicas, están representadas en la Confederación Nacional.

¿Con qué voluntad se creó la Asociación?

Dar a todos los asociados un asesoramiento jurídico, laboral, fiscal, de seguridad social, impuestos y balances, y hacer de la Asociación un elemento de unión y autodefensa de los pequeños empresarios.

La Cooperativa contribuye a centralizar las compras colectivas de materias primas fundamentales, con el consecuente aminoramiento del coste, pues ésta no tiene ánimo de lucro. Esto de alguna forma compensa la gran presión fiscal que erosiona tanto el precio del producto.

Hacer que el sector sea respetado, a través de una correcta publicidad colectiva, es otro de los objetivos que perseguimos.

«La Escuela de Pastelería es de las mejores de Europa»

— ¿Con qué problemas se enfrenta actualmente el sector de la pastelería?

Estamos soportando una presión fiscal muy fuerte. Estamos siendo objeto de unas inspecciones continuas por parte de organismos como el Ayuntamiento, las Tenencias de Alcaldía o Juntas Municipales, los Laboratorios Municipales, la Concejalía de Sanidad y Consumo, y los organismos autonómicos, a través de dos de sus entes: Sanidad, Comercio y Consumo.

Por otro lado, carecemos de mano de obra cualificada, y nos encontramos con el inconveniente de que los sábados y domingos tenemos que trabajar.

— ¿Cúal ha sido la evolución del sector en los últimos años?

Muy favorable. Los productos que se fabricaban hace cinco años no tienen nada qué ver con los que se elaboran actualmente. Gracias a que contamos con una Escuela importante, el empresariado y el profesional han podido estar al día. Estamos contentos.

— ¿El grado de competitividad de la Escuela Superior de Formación de Pastelería de Madrid está adaptado a las necesidades de la CEE?

La Escuela de Pastelería, una de las mejores de Europa sino la mejor, está dando un servicio importante a la Asociación de Madrid, que se nutre de mano cualificada. Alumnos de primer y segundo curso, en concursos mundiales de jóvenes pasteleros, han alcanzado puestos envidiables. Además de preparar a futuros profesionales, en la Escuela se reciclan profesionales que actualmente trabajan en el sector, se realizan estudios sobre diferentes temas, y se crean productos nuevos como el Pastel Autonómico, La Corona de la Almudena, o La Tarta de Madrid.

«La Asociación engloba a la casi totalidad del sector»

— La preparación en la Escuela tiene una duración de tres años. ¿Cómo funciona la enseñanza en este centro?

El arte de fabricar y el arte de vender son las dos ramas que se tratan en la Escuela. Márketing de ventas, conocimientos de enología y de materias primas, ingredientes, decoración y presentación de los productos, así como temas sanitarios, son materias de interés en el arte de vender. En el sector de la fabricación la mezcla de materias primas, la correcta manipulación y la realización de productos de pastelería son la base del conocimiento.

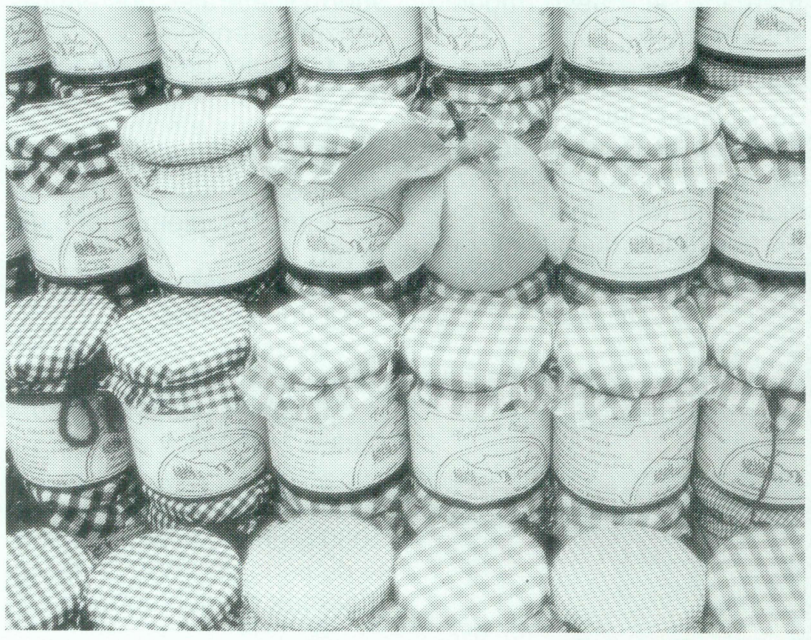
— ¿Existe demanda de estos nuevos profesionales?

Afortunadamente sí. Las peticiones son constantes, pues nuestro sector es deficitario en mano de obra.

— ¿Cuál es su pastel preferido?

Soy tan goloso que me gustan todos. El Ruso y la Tarta de Madrid son algunos de mis preferidos.•

Dulces Helios conquista la meseta



La empresa elabora mermelada, confitura y conservas vegetales

La empresa vallisoletana *Dulces y Conservas Helios* es una destacada empresa española de mermelada, confituras, y conservas vegetales.

La familia Pérez González, con un 80 por ciento, y la sociedad francesa Sopagri, con el 20 por ciento restante, controlan el capital social de la empresa, cifrado en 1.100 millones de pesetas.

Helios tiene una participación del 90 por ciento del total del capital de una compañía del sector alimentario en Navarra, Iberfruta.

La fabricación de pulpas de frutas y frutas al natural en almíbar son las principales acciones de esta importante empresa en la sociedad navarra.

Unos 200 millones de pesetas invirtió, durante el pasado ejercicio, la empresa Dulces y Conservas Helios.

El capital de la empresa se cifra en 1.100 millones de pesetas

Este año tiene previsto invertir 120 millones de pesetas.

Helios, que destaca en la fabricación de tomate frito y frutas confitadas, elabora unas 20.500 toneladas de producto terminado.

4.100 millones de pesetas vendió la empresa el pasado año, lo cual representa un incremento del 7,89 por ciento respecto del ejercicio del año anterior.

La fábrica de Helios, ubicada en el municipio de Arroyo de la Encomienda, en la provicia de Valladolid, ocupa 66.000 metros cuadrados. En ella trabajan unas 206 personas.●

Nestlé elige Marruecos

La empresa es líder en el mercado de chocolate y productos derivados del cacao

Los productos lácteos, baby-food, café soluble y culinarios de la marca Nestlé, serán fabricados en la población de El Jadica, ubicada a cien kilómetros de la ciudad de Casablanca.

La creación de nuevas factorías de la marca Nestlé en Marruecos y en el Sudoeste Asiático ha impulsado esta operación.

Indonesia, Malasia, Singapur, Filipinas y Tailandia han sido las áreas elegidas para la creación de nuevas fábricas en el Sudoeste Asiático, con el fin de atender la ASEAN o Mercado Común de aquella zona.●

General de Confitería amplía horizontes

El grupo General de Confitería, *una de las* primeras compañías del sector de dulcería en España, ha puesto en marcha una nueva fábrica en la localidad leridana de Alcarrás, que iniciará su actividad durante el primer semestre del presente año.

General de Confitería, que ya contaba en esta misma localidad con otra planta destinada a la elaboración de caramelos y chicles, ha invertido en esta operación mil quinientos millones de pesetas.

La compañía produce veinte mil toneladas

El 35% de su producción se dirige a la exportación

Una facturación de nueve mil millones de pesetas anuales, sobre una producción de viente mil toneladas, de las cuales un 35 por ciento se dirige a la exportación, son cifras que reflejan la presencia estable y competitiva de la empresa, que ya cuenta con industrias en Francia, EEUU, México y China.

General de Confitería es una de las cuatro o cinco empresas líderes en exportación y una de las firmas más importantes en el mundo de la fabricación de chicle hinchable y la número uno en fabricación de chicle en pieza, con marcas tan conocidas como Boomer Bang Bang, y Trex.

Expansión

La empresa española se fundó en 1977, con capital del grupo español Agrolimen, para desarrollar una línea de caramelos y chicles iniciada por la empresa Gallina Blanca.

Su presencia en el exterior se vislumbra en 1983 cuando inicia una expansión internacional que todavía no ha terminado.

La firma española General de Confitería crea en 1986 Genereral de Confitería en Italia y, dos años más tarde, Confiterie May en Francia. En China la empresa española tiene un servicio conjunto con una empresa autóctona de la que controla el 51 por ciento del capital.●

Juan Gómez-Cuétara compra aperitivos Risi

Cuétara ha creado una línea de productos para hostelería

Juan Gómez-Cuétara, ex-presidente de la empresa de galletas Cuétara, sus padres, su hermano Francisco, ex-director técnico, y José Luis Cañete, ex-director general, han comprado la empresa Risi, especializada en la fabricación de aperitivos y frutos secos.

La empresa Risi, hasta ahora propiedad de Florencio Gómez-Cuétara, estaba en suspensión de pagos desde el pasado mes de junio de 1990.

Juan Gómez-Cuétara integrará la empresa en el *holding* Solsona de Alimentación, propietario de las empresas Peipasa y Galletas Andaluzas, y mantendrá en la empresa a los 140 trabajadores de Risi.

La empresa se integrará en el holding Solsona de Alimentación

La creación de la empresa Risi, que posee una factoría en la localidad de Daganzo (Madrid), y la exclusiva de la marca Cuétara en una línea de productos diferentes para hostelería, fueron las operaciones que Florencio Gómez-Cuétara realizó tras la venta de su participación en la empresa *Cuétara*.●

FIAT presenta los nuevos «Tipo» del 92

El FIAT Tipo dispone de hasta diez versiones en su gama del año 1992

FIAT introduce mejoras e incremento en el equipamiento de su gama «Tipo» para 1992.

Los nuevos Tipo, que varían también sus denominaciones comerciales, ofrecen así un importante aumento en su relación valor-precio.

La nueva definición de la gama Tipo:

se ha intervenido sobre la instalación eléctrica, el circuito de refrigeración y la geometría de los engranajes del cambio para la marcha atrás.

Las diferencias de equipamiento más importantes respecto de las versiones de 1991 son las siguientes:

El CL incorpora un nuevo volante con logo FIAT; una nueva consola central; vano portaobjetos entre los asientos delanteros.

La gama S aporta un nuevo volante con logo FIAT; revestimientos con nuevos tejidos; paneles de las puertas reestilizados, que incorporan los mandos de los elevalunas eléctricos.

Los SX incluyen servodirección; cubre ruedas de nuevo diseño; nuevos revestimientos interiores en terciopelo; alzacristales eléctricos delanteros con función «automático» (soft touch) en el lado del conductor; faros antiniebla de serie en el 1.8 i.e.; llantas de aleación ligera de nuevo diseño con neumáticos sobredimensionados, de serie en el 1.8 i.e.

Por último, el TD S dispone de llantas de aleación ligera con neumáticos sobredimensionados; volante de tres radios; pomo del cambio deportivo; asientos envolventes, revestidos con nuevos tejidos.

Desaparecen las denominaciones AGT y DGT y pasamos a cuatro niveles de equipamiento.

La gama «Tipo» cuenta con la línea más imitada cada día y la mejor habitabilidad interna, que siguen siendo para los clientes del segmento C las más valoradas.●

Versión	c.c.	Pot. C.V.	Vel. max.
1.4 CL	1372	78	167 km/h.
1.4 S	1372	78	167 km/h.
1.4 SX	1372	78	167 km/h.
1.6 S	1581	86	175 km/h.
1.6 SX	1581	86	175 km/h.
1.8 IE SX	1756	110	187 km/h.
2.0 IE 16V	1995	148	207 km/h.
1.7 D. CL	1697	58	150 Km/h.
1.9 D. S	1929	65	160 km/h.
1.9 TD Sport	1929	92	175 km/h.

Estas son las mejoras de fábrica para todas las versiones.

• Confort. Se utilizan nuevos materiales fonoaislantes y fonoabsorbentes que incrementan el grado de insonorización del habitáculo.

• Seguridad. Se ha pontencia el mecanismo de frenado adoptando de serie, también en las motorizaciones 1.4 y 1.6, el corrector de frenada en el eje posterior y se ha mejorado la eficacia de las zapatas posteriores.

• Calidad y Fiabilidad. Las mejoras afectan a la técnica de fabricación de las puertas, asientos, parabrisas y soportes de suspensión. Asimismo

Mayor equipamiento e insonorización en un modelo más funcional

El nuevo «Panda»

Siguiendo con la renovación de su gama de automóviles, FIAT ha puesto en el mercado el nuevo modelo «Fiat Panda».

Un nuevo frontal, siguiendo la línea del resto de los modelos FIAT, más equipamiento y mayor insonorización y confort son los aspectos relevantes del nuevo «Fiat Panda». Esto, unido a sus dimensiones, hacen del «Panda» el modelo más funcional de la firma de origen italiano.

El nuevo modelo potencia el mecanismo de frenado

En el equipamiento interior del Panda destacan:

• El original diseño del salpicadero.

• Los asientos delanteros inclinables hacia adelante, con avance total del cuerpo del asiento, para facilitar el acceso a las plazas posteriores.

El asiento trasero, plegable en forma de libro, con bandeja posterior abatible sobre el respaldo.

• Manillas de apertura de las puertas de mayores dimensiones, para mejorar su funcionalidad.

En el Panda 1000 CL hay que añadir:

• Nuevo volante de 4 radios.

• Salpicadero, paneles de puerta y laterales posteriores tapizados en tela.

• Cambio de 5 velocidades.

• Cristales atérmicos.

• Parabrisas laminado y reforzado.

• Espejo suplementario derecho.

• Luneta térmica.

• Limpialuneta.

• Neumáticos 155/65 SR 13.

• Cristales posteriores abribles a compás.

Por su parte, el Panda 1000 S añade al equipamiento de serie del 1000 CL las siguientes particularidades:

Reloj analógico, consola portarradio, bolsas portadocumentos en las puertas, suelo recubierto de moqueta, techo guarnecido enmoquetado.

Con respecto al Panda 4x4 L Trekking además del equipamiento interior común antes descrito se aprecia:

• Nuevo volante de 4 radios.

• Cambio de 5 velocidades.

• Cristales atérmicos.

• Parabrisas laminado y reforzado.

• Espejo suplementario derecho.

• Cristales posteriores abribles a compás.

• Luneta térmica.

• Neumáticos 155/65 SR 13.●

El nuevo FIAT Panda posee unas dimensiones superiores

Sociedades Limitadas, la gran mayoría

La gran mayoría de empresas de nueva constitución han optado por definirse como sociedades limitadas. La razón obedece a las importantes exigencias de capital y de tipo contable que deben afrontar las anónimas.

Datos correspondientes al Registro Mercantil advierten que el porcentaje aproximado de limitadas en las sociedades que nacen se acercan al 90 por ciento.

La tendencia alcista de las sociedades limitadas ha significado que la configuración mercantil española haya variado ostensiblemente. No en vano, hasta el mes de diciembre de 1989 casi el 90 por ciento de las sociedades inscritas en el Registro Mercantil eran anónimas, a la vez que menos de un diez por ciento serían de responsabilidad limitada.

El resto de fórmulas societarias apenas tendría representación.

El porcentaje de sociedades limitadas respecto de anónimas representa una relación de 70 y 30 favorables a las sociedades de titularidad anónima.

No debe sorprender esta adaptación al marco societario de limitadas por cuanto significaría una adaptación al marco comunitario donde la mayor parte de empresas se definen como sociedades limitadas y la cantidad de sociedades anónimas ha disminuido notablemente.

Las Sociedades Anónimas parecen haber quedado como el reducto de las grandes empresas o multinacionales. Todo un síntoma que, no obstante, se estima no tendrá carácter permanente.•

El aviso de Hacienda no supone suspender la prescripción

El Tribunal Superior de Justicia de Cataluña ha dictaminado que el cómputo del plazo de prescripción de una declaración a Hacienda no se interrumpe por el simple hecho de que al sujeto pasivo le sea enviada una notificación citándole para el inicio de un proceso de inspección.

El alto tribunal entiende que al no haberse iniciado el procedimiento de manera oficial, el cómputo del plazo de prescripción de la declaración tampoco se ha visto interrumpido.

El caso juzgado por el Tribunal Superior señala que la Inspección de Hacienda había entregado la notificación al contribuyente y dejaba pasar más de seis meses para actuar de manera efectiva con lo que el tribunal entiende que la simple entrega de la notificación no suponía la apertura de un procedimiento, tal como refleja el artículo 31.3 del Reglamento General de la Inspección de Tributos.

A tenor del fallo del TSJC, para no interrumpirse el cómputo de la prescripción debe producirse una suspensión en el procedimiento por un periodo superior a los seis meses de una forma injustificada y producida por causas no achacables al obligado tributario, tal como estipula el artículo 31.4 del Reglamento General de la Inspección de los Tributos.

La notificación emitida por Hacienda tendrá validez si es enviada al interesado y a su domicilio particular. También deberá constar que lo ha recibido, o bien de que ha llegado hasta su domicilio.•

Hacienda investigará a quienes renuncien a la Estimación Directa

La introducción del sistema de estimación objetiva por módulos para el cálculo de la tributación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) y del IVA en régimen simplificado pretende liberar un importante volumen de recursos humanos de la inspección y gestión tributaria.

De esta manera, la tarea inspectora de la Agencia de Administración Tributaria se ocupará durante el segundo trimestre del presente año sobre los pequeños empresarios que no se acojan al nuevo sistema de Estimación Objetiva y en las actuaciones interrumpidas a raíz de la fase de regularización fiscal llevada a cabo en 1991.

La inspección se centrará en todos aquéllos empresarios que renuncien expresamente al régimen de Estimación Objetiva, puesto que tal renuncia supone la aplicación del régimen de Estimación Directa a todas las actividades del mismo sujeto y del régimen general del IVA.

El rechazo tiene efectos para un periodo de tres años y deberá presentarse antes del 31 de marzo, un mes transcurrido desde el conocimiento de los módulos que, según las perspectivas normativas, deberían publicarse antes de concluir el mes de febrero.•

RECREATIVOS G.R., S.A.

M. de JUEGOS Y RECREO

GR

Garantía de Rentabilidad

VARIOS MODELOS A ELEGIR

COCHE, DEPORTES, MESA, MOTO, DISPAROS, HABILIDAD, DIANA

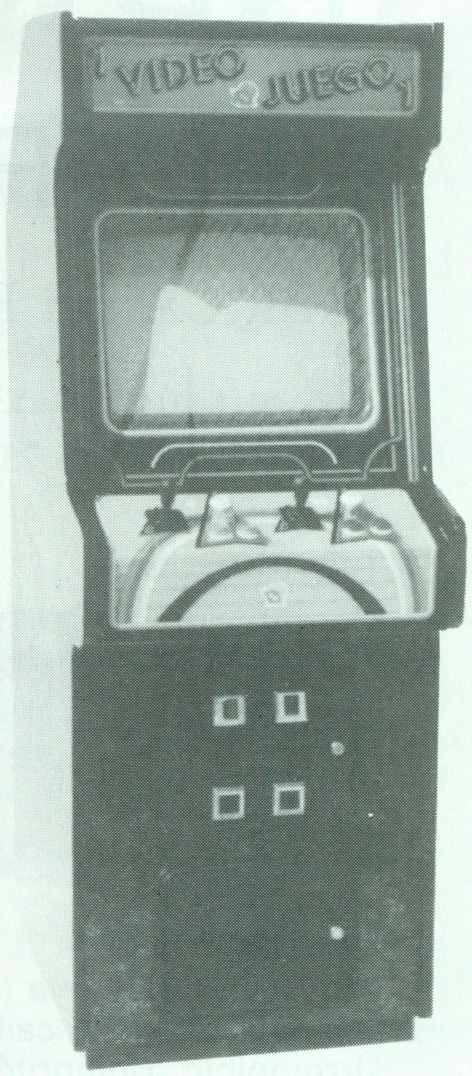
- Dos selectores mecánicos de 25 y 100 ptas. o uno electrónico para todo tipo de monedas.
- Conector universal para acoplar cualquier tipo de placa.

Precios especiales para comerciales

INFORMESE: Tels.: (91) 742 38 64 - 320 44 87 - 320 56 21. FAX (91) 742 38 64

COMERCIAL: c./ Circe, 32. Tels.: (91) 742 38 64 - 320 56 21. 28022 Madrid

FABRICA: Avda. de Castilla, 32. Pol. Ind. El Jardín, Nave 45 Tel. (91) 676 61 92. TORREJON DE ARDOZ (Madrid)



Diana GR

Video Juego 2

Venta de máquinas tipo «B»

Venta explotación de 110 máquinas tipo «B» en Colombia. Telf. (93) 564.16.97.

Compra/ Venta

¡Oportunidad! Venta de máquinas deportivas, nuevas y de ocasión (dianas con monitor en color, mesas de aire, billares, futbolines, basquets, boleras, etc...) Información en el telf. (93) 593.08.62.

Operador intercambia y vende placas nuevas y de ocasión. Sr. Toni. Telf. (96) 583.36.77. Alicante.

Vendo «Thunder Blade de Luxe», 300.000 ptas.; «After Burner», 200.000 ptas.; «Operation Wolf», 150.000 ptas.; «Pawer Drive», *200.000. Telf. (987)* 30.06.56.

Vendo el siguiente material: videos, 40.000; flipers, 40.000; billares, 80.000; dianas, 90.000; snoker 2,8 x 1,5 m., 300.000. Telf. (972) 77.02.54.

Varios

Compro empresa operadora. No importa cantidad de máquinas ni ubicación. Telf. (93) 423.26.61.

Se compra explotación de tipo B en Madrid capital. Telf. (91) 468.58.31/468.69.87.

Compras

Se compran pinballs de Inder de 2.ª mano, aunque estén dadas de baja. Telf. (91) 468.58.31/468.69.87

Ofertas

Vendo placas nuevas y de ocasión. Reparamos también fuentes de alimentación y monitores. Telf. (94) 410.11.97. Bilbao.

Se venden máquinas infantiles de 2.ª mano. Telf. (91) 468.58.31/468.69.87.

Se venden diferentes tipos de máquinas fuera de reglamento. Telf. (91) 468.58.31/ 468.69.87.

Se venden máquinas especiales para salones, discotecas y pubs. Telf. (91) 468.58.31/468.69.87.

Salones

En Sevilla capital: en venta excelente salón. Zona con mucho futuro comercial. Amortizable en 14/18 meses. Telf. (93) 423.26.61.

Electrodomésticos

Compro videos beta de segunda mano. Telf. (91) 000.00.000.

Vendo cafetera para pub. Telf. (972) 00.00.00

Compro videos beta de segunda mano. Telf. (91) 000.00.000.

Vendo cafetera para bar. Telf. (972) 00.00.00

Compro videos beta de segunda mano. Telf. (91) 000.00.000.

Animales domésticos

Perdido perro raza Boxer. Responde nombre «Pitufo». Llamar al Telf. (93) 000.00.00.

Encontrado gato siames en Zona Ensanche. Telf. (93) 000.00.00.

Perdido perro raza Boxer. Responde nombre Taurus. Llamar al Telf. (93) 000.00.00.

Perdido perro raza Boxer. Responde nombre Yamaha Llamar al Telf. (93) 000.00.00.

Muebles

Compro mesa y seis sillas. Telf. (91) 000.00.00.

Interesa mesa estilo Luis XV. Llamar al Telf. (93) 000.00.00.

Compro mesa y seis sillas. Telf. (91) 000.00.00.

Interesa mesa estilo Luis XV. Llamar al Telf. (93) 000.00.00.

Motor

Vendo coche Ford Taurus. Llamar al Telf. (93) 000.00.00.

Compro moto Yamaha. Telf. (971) 00.00.00.

Vendo camioneta. Llamar al Telf. (93) 000.00.00

Bolsa de trabajo

Demandas

Aprendiz 15 años para taller mecánico. Telf. (93) 000.00.00.

Camareros para restaurante en el puerto. Telf. (93) 000.00.00.

Se necesitan dos señoritas para pub centrico. Telf. (91) 000.00.00.

Ofertas

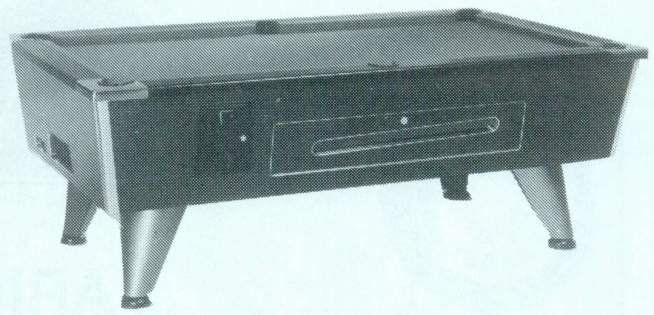
Se ofrece diseñador para *ramo textil. Telf. (93)* 000.00.00.

INDISIL, S.L.

BILLARES IBAÑEZ

FABRICA DE BILLARES Y FUTBOLINES

c/. SAN LUIS, 10 — 08940 CORNELLÀ (BARCELONA)
TEL. (93) 474 15 75 / 425 30 77 — FAX (93) 425 30 77



Billar Americano
Sistema Eléctrico
Fabricado en medidas 200 x 100

Futbolín Catalunya (1)
Materiales de 1.ª calidad
Irrompible. Compruébelo

Futbolín Catalunya (2)
Alta calidad
Lo **mejor** es su **precio**

PALA-PALA
La mejor del mercado
Madera maciza de haya
Barnizado exterior

ANUNCIOS CLASIFICADOS

ER/Hostelería incorpora una nueva sección:
ANUNCIOS CLASIFICADOS GRATUITOS de caracter particular
ER/Hostelería con la idea de dar un buen servicio a sus lectores, incorpora en su edición quincenal
este servicio gratuito.
Si es Vd. suscriptor o lector de ER, tiene a su disposición la sección de
ANUNCIOS CLASIFICADOS GRATUITOS
Pudiendo insertar su mensaje tantas quincenas como sea necesario.
ER le ofrece la publicación de su mensaje (30 palabras por anuncio) GRATIS.

* Si Vd. necesita comprar o vender su coche, moto, furgoneta, caravana, etc., etc.
* Si Vd. necesita comprar, vender o alquilar un piso, local, terreno, etc., etc.
* Si Vd. está buscando trabajo o bien si necesita contratar personal, etc., etc.
* Si Vd. dispone o necesita de material de ocasión, neveras, cocinas, congeladores, sillas, muebles, etc., etc.

Para publicar su anuncio:

Por teléfono:	(93) 318 58 15
Por fax:	(93) 302 29 54
Por correo:	ER/HOSTELERIA
(utilice n/orden de inserción)	Plaza Duque de Medinacelli, 5, 1.º 08002 BARCELONA

NO LO DUDE, emita su mensaje GRATIS en ER/Hostelería.
Quincenalmente se renovaran los anuncios insertados.
Si desea nuevas inserciones no dude en comunicarnoslo.

ORDEN DE INSERCION GRATUITA

NOMBRE .....
DIRECCION .....
LOCALIDAD .....
TEL ( ) .....
FAX ( ) .....
N.I.F. .....
Profesión .....
Sector .....

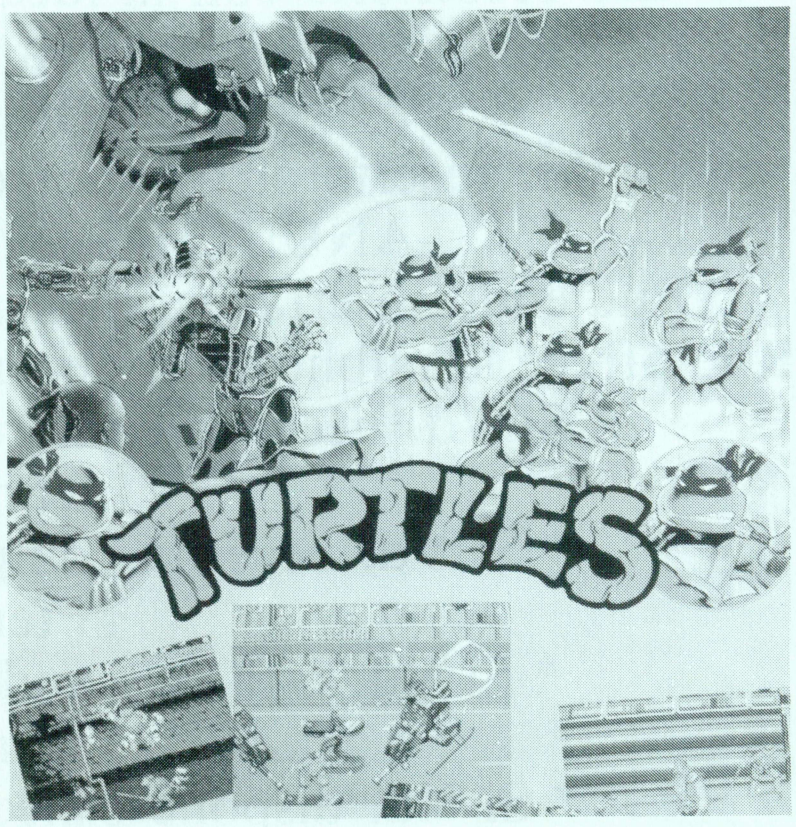
TEXTO (máximo 30 palabras)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

REMITIR A: **ER/HOSTELERIA.** Plaza Duque de Medinacelli, 5, 1.º — 08002 Barcelona

Cobra ventaja el modelo de UNIDESA, SCALA, luego que en la última quincena haya materializado hasta diez primeros lugares en otras tantas Comunidades Autónomas. Sólo el País Vasco refleja una posición un tanto más retraida hacia esta máquina. El resto de posiciones no depara cambios. Unicamente merecería destacarse que BOLSA ORO ha avanzado en su puntuación, como consecuencia de sus tres terceros puestos. Por su parte, los modelos de SEGA mantienen su línea habitual, si bien GOLDEN CHIP se aproxima peligrosamente a la posición de BABY FORMULA. JOKER CHIP es el «outsider» desde hace unos meses, pero la consecución de una posición superior ya se observa más próxima.

En el capítulo de videojuegos se aprecia una TETRIS muy fortalecido en estos comienzos de año, que adquiere una ligera ventaja sobre TURTLES. SIMPSONS se convierte en el tercero en discordia de este «ranking» nacional del último mes. Todos ellos ya sacando una gran ventaja al cuarto clasificado, el incombustible OUT RUN. No obstante, en estos últimos días ha destacado sobremanera la actuación de KING OF DRAGONS, que se ha clasificado entre los cinco primeros lugares de otras tantas comunidades.



«Turtles» es la más firme «outsider» al primer puesto ocupado por «Tetris»

Ranking Nacional de Máquinas B

1. «Scala»..... UNIDESA
2. «Baby Fórmula»..... FRANCO
3. «Golden Chip»..... SEGA
4. «Joker Chip»..... SEGA
5. «Gold Run»..... SEGA
6. «Bolsa Oro»..... OPER-COIN

Ranking Nacional de Videojuegos

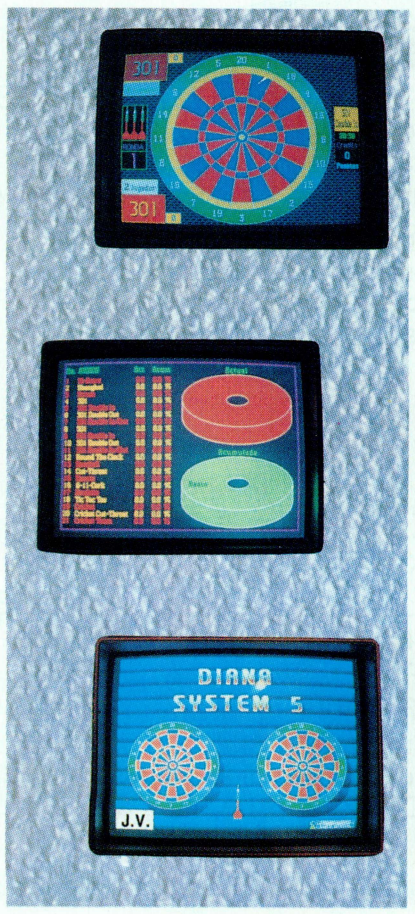
1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Simpsons»
4. «Out-Run»
5. «Golden Axe»
6. «Robocop»

Punto de Encuentro

EGASA — PLAYMEX
Avda. de Roma, 39-41
08029 BARCELONA
Tel. (93) 419 19 44
(93) 419 18 84
Fax (93) 419 37 94

* Descubre los últimos modelos en máquinas recreativas
* Amplia gama de recambios
* Servicio asistencia técnica
* Asesoria y tramitación de documentación
* Placas de videojuego, billares y futbolines

GRUPO EGASA
(CENTRAL)
Avda. Finisterre
(Zona Ventorrillo)
15008 LA CORUÑA
Tel. (981) 27 78 60
Fax (981) 27 79 28



J.V. DARTS
teléf. (93) 593 09 96

- Más de 20 juegos
- Diferente precio por juego
- Ajuste de precio automático
- De 1 a 8 jugadores
- Reloj calendario
- Indicación de impacto del dardo en diana o fuera
- Estadística por juegos y hora
- Pantalla publicidad
- Ajuste automático de microfonos de impacto
- Cambio automático por ultrasonidos
- Instrucciones en cuatro idiomas: español, inglés, alemán y francés
- Selector electrónico con clasificador de monedas
- Monedas: 25, 50, 100, 200 y 500 PTS.
- Monitor color 14 pulgadas
- Medidas:
  Al. 210 / An. 61 / F. 50 cm.
- Programada para campeonatos

Programada con el nuevo juego del Ahorcado

COLOR BLANCO Y FRANJA ROJA

MESAS DE AIRE

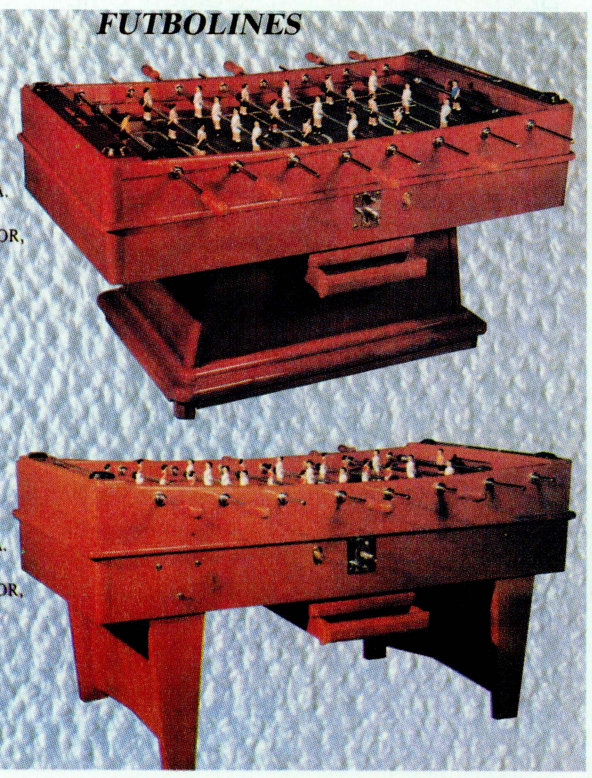
MESAS DE AIRE CON MARCADOR
ELECTRONICO Y AEREO
LUZ INCORPORADA

MEDIDAS

ANCHO 1,30
LARGO 2,60

COLOR NOGAL BAJO PEDIDO

FUTBOLINES



MODELO A
FABRICADO EN MADERA DE HAYA.
SE SIRVE EN CUALQUIER COLOR, BAJO PEDIDO.

MODELO B
FABRICADO EN MADERA DE HAYA.
SE SIRVE EN CUALQUIER COLOR, BAJO PEDIDO.

BASKET J.V.

OPCIONAL
COLOR BLANCO
O
NOGAL

MEDIDAS

FONDO 2,83
ANCHO 1,10
ALTURA 2,70-2,80

J.V. DARTS
teléf. (93) 593 09 96

C/. Dos de Mayo, 51, bajos
Apartado de Correos 39
T. (93) 593 09 96 - Fax (93) 570 03 35
08100 Mollet del Vallés (Barcelona)

Andalucía

1. «Baby Fórmula».....FRANCO
2. «Scala».....UNIDESA
3. «Joker Chip».....SEGA
4. «Gold Run».....SEGA
5. «El Tren».....FRANCO

Máquina en alza: SCALA y EL TREN
Comentario: Posiciones inalterables. Firmeza recaudadora de las dos primeras clasificadas.

Aragón

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Casino Royal».....UNIDESA
3. «Baby Fórmula».....FRANCO
4. «Golden Chip».....SEGA
5. «Joker Chip».....SEGA

Máquina en alza: CASINO ROYAL
Comentario: Buen nivel el mostrado por CASINO ROYAL, uno de los últimos lanzamientos UNIDESA.

Asturias

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Gold Run».....SEGA
3. «Golden Chip».....SEGA
4. «Baby Fórmula».....FRANCO
5. «Joker Chip».....SEGA

Máquina en alza: SCALA
Comentario: El Principado prosigue la buena racha de SCALA.

Baleares

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Golden Chip».....SEGA
3. «Bolsa Oro».....OPER-COIN
4. «Gold Run».....SEGA
5. «Baby Fórmula».....FRANCO

Máquina en alza: BOLSA ORO
Comentario: Optimo nivel recaudador de BOLSA ORO.

Canarias

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Baby Fórmula».....FRANCO
3. «Golden Chip».....SEGA
4. «Casino Royal».....UNIDESA
5. «Joker Chip».....SEGA

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: Renacimiento de JOKER CHIP en la Comunidad canaria.

Cantabria

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Gold Run».....SEGA
3. «Bolsa Oro».....OPER-COIN
4. «Baby Fórmula».....FRANCO
5. «Golden Chip».....SEGA

Máquina en alza: BOLSA ORO
Comentario: No hay cambios en la región cantabra. SCALA, firme líder.

Castilla-La Mancha

1. «Joker Chip».....SEGA
2. «Gold Run».....SEGA
3. «Baby Fórmula».....FRANCO
4. «Bolsa Oro».....OPER-COIN
5. «El Tren».....FRANCO

Máquina en alza: EL TREN
Comentario: Prosigue la pugna entre los modelos FRANCO-SEGA.

Castilla-León

1. «Baby Fórmula».....FRANCO
2. «Scala».....UNIDESA
3. «Joker Chip».....SEGA
4. «Golden Chip».....SEGA
5. «Gold Run».....SEGA

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: Tampoco esta región aprecia cambios significativos en la última quincena.

Catalunya

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Golden Chip».....SEGA
3. «Joker Chip».....SEGA
4. «Baby Fórmula».....FRANCO
5. «Rochy-2».....INDER

Máquina en alza: SCALA
Comentario: Ritmo equitativo en esta Comunidad, donde prevalece el primer lugar de SCALA.

Euzkadi

1. «Golden Chip».....SEGA
2. «Baby Fórmula».....FRANCO
3. «Bolsa Oro».....OPER-COIN
4. «Gold Run».....SEGA
5. «Scala».....UNIDESA

Máquina en alza: BINGO-7 VD
Comentario: Pocas, pero muy rentables, las BINGO-7 VD de UNIDESA en un «ranking» que no ofrece significativos cambios.

Extremadura

1. «Baby Fórmula».....FRANCO
2. «Golden Chip».....SEGA
3. «Joker Chip».....SEGA
4. «Scala».....UNIDESA
5. «El Tren».....FRANCO

Máquina en alza: BABY FORMULA
Comentario: Posiciones imperturbables en esta región donde BABY FORMULA continúa siendo la más rentable.

Galicia

1. «Golden Chip».....SEGA
2. «Joker Chip».....SEGA
3. «Gold Run».....SEGA
4. «Baby Fórmula».....FRANCO
5. «Super Chip».....SEGA

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: Trío SEGA en cabeza. Galicia es la autonomía donde predomina este sello.

La Rioja

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Joker Chip».....SEGA
3. «Gold Run».....SEGA
4. «Baby Fórmula».....FRANCO
5. «Golden Chip».....SEGA

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: Segunda posición para JOKER CHIP, el modelo en auge en esta región.

Madrid

1. «Golden Chip».....SEGA
2. «Scala».....UNIDESA
3. «Joker Chip».....SEGA
4. «Gold Run».....SEGA
5. «Baby Fórmula».....FRANCO

Máquina en alza: SCALA
Comentario: Sin cambios en la Comunidad con GOLDEN CHIP y SCALA, bien asentados.

Murcia

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Joker Chip».....SEGA
3. «Golden Chip».....SEGA
4. «Baby Fórmula».....FRANCO
5. «Gold Run».....SEGA

Máquina en alza: BOLSA ORO
Comentario: El buen momento del nuevo producto de la firma vitoriana sobresale.

Navarra

1. «Baby Fórmula».....FRANCO
2. «Scala».....UNIDESA
3. «Bolsa Oro».....OPER-COIN
4. «Golden Chip».....SEGA
5. «Gold Run».....SEGA

Máquina en alza: BOLSA ORO
Comentario: Un líder sólido y otro que ya proporciona óptimos frutos: BOLSA ORO.

Comunidad Valenciana

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Baby Fórmula».....FRANCO
3. «Rochy-2».....INDER
4. «Golden Chip».....SEGA
5. «Joker Chip».....SEGA

Máquina en alza: SCALA
Comentario: Equitativa distribución de los puestos en esta región.

El «ranking» de máquinas «B» se realiza a través de un sondeo estadístico efectuado entre diferentes empresas operadoras de cada una de las provincias. Posteriormente el resultado obtenido se expone en la clasificación de las cinco máquinas más recaudadoras de cada autonomía.•

Andalucía

1. «Simpsons»
2. «Golden Axe»
3. «Tetris»
4. «Turtles»
5. «Robocop»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: Firme líder la placa SIMPSONS, aunque TETRIS vuelve por sus fueros.

Aragón

1. «Tetris»
2. «Simpsons»
3. «Turtles»
4. «Football Champ»
5. «Out-Run»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: Posiciones inalteradas en la región aragonesa.

Asturias

1. «Tetris»
2. «Simpsons»
3. «Turtles»
4. «Toki»
5. «Golden Axe»

Placa en alza: SIMPSONS
Comentario: Prosigue el ascenso de SIMPSONS en el «ranking» asturiano.

Baleares

1. «Turtles»
2. «Golden Axe»
3. «Simpsons»
4. «Tetris»
5. «King of Dragons»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: El buen nivel apreciado por KING OF DRAGONS es el hecho más llamativo del último mes.

Canarias

1. «Turtles»
2. «Simpsons»
3. «Robocop»
4. «King of Dragons»
5. «Out-Run»

Placa en alza: KING OF DRAGONS
Comentario: La placa KING OF DRAGONS sobresale en el último mes. Buen rendimiento de FOOTBALL CHAMP.

Cantabria

1. «Out-Run»
2. «Tetris»
3. «Simpsons»
4. «Toki»
5. «Turtles»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: Buen nivel de TETRIS en esta Comunidad.

Castilla-La Mancha

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Simpsons»
4. «Out-Run»
5. «Golden Axe»

Placa en alza: SIMPSONS
Comentario: No hay cambios significativos en esta región.

Castilla-León

1. «Turtles»
2. «Tetris»
3. «Robocop»
4. «Golden Axe»
5. «Simpsons»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: Dura pugna entre TURTLES y TETRIS en pos del primer lugar.

Catalunya

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Simpsons»
4. «Robocop»
5. «King of Dragons»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: TETRIS, inconfundible líder en esta Comunidad.

Euzkadi

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Robocop»
4. «Golden Axe»
5. «Sunset Riders»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: Optimo nivel de FINAL CRASH. Llega la placa ASTERIX, a la que corresponden muchas expectativas.

Extremadura

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Simpsons»
4. «Out-Run»
5. «Robocop»

Placa en alza: SIMPSONS
Comentario: No hay cambios en esta autonomía. Buen nivel de SPIDERMAN.

Galicia

1. «Turtles»
2. «Toki»
3. «Simpsons»
4. «Tetris»
5. «Out-Run»

Placa en alza: SIMPSONS
Comentario: Buenas recaudaciones de STREET FIGHTER.

La Rioja

1. «Tetris»
2. «Out-Run»
3. «Golden Axe»
4. «Turtles»
5. «Simpsons»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: TETRIS domina con claridad en esta región.

Madrid

1. «Tetris»
2. «Simpsons»
3. «Street Fighter»
4. «Turtles»
5. «King of Dragons»

Placa en alza: STREET FIGHTER
Comentario: KING OF DRAGONS ocupa un lugar entre los cinco primeros puestos.

Murcia

1. «Turtles»
2. «Out-Run»
3. «Simpsons»
4. «Robocop»
5. «Tetris»

Placa en alza: SIMPSONS
Comentario: No hubo cambios en el «ranking» murciano del último mes. TURTLES, firme líder.

Navarra

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Simpsons»
4. «Golden Axe»
5. «Out-Run»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: La Comunidad Foral no experimenta variación alguna, TETRIS sigue en primer lugar.

Comunidad Valenciana

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Out-Run»
4. «Football Champ»
5. «King of Dragons»

Placa en alza: FOOTBALL CHAMP
Comentario: Mientras TETRIS consolida el primer puesto, FOOTBALL asume ventaja como «outsider».

El «ranking» de placas de videojuego se realiza a través de un sondeo estadístico efectuado entre diversas empresas operadoras de cada una de las provincias. Posteriormente la resultante es reflejada en la clasificación de las cinco máquinas más recaudadoras de cada autonomía.•

Cóctel de futuro.

CIRSA - DPTO. PUBLICIDAD Y RR. PP.

CIRSA

UNIDESA®

UNIVERSAL DE
DESARROLLOS ELECTRONICOS S.A.
Ctra. Castellar, 298
08226 TERRASSA Barcelona España
Tel. 93/785 77 62*
Télex 59472 SAIR-E Fax 93/783 03 25